

МИТНЕ ТА ЛОГІСТИЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ

В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН



**МИТНЕ ТА ЛОГІСТИЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ В СИСТЕМІ
МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

Монографія

*За редакцією
д-ра екон. наук, проф. Д.М. Васильківського*

Хмельницький 2020

УДК 339.543
М66

*Рекомендовано до друку науково-технічної ради
Хмельницького національного університету,
протокол № 7 від 15.10.2020*

Авторський колектив:

Васильківський Д. М., д.е.н., проф. (п. 1.4); **Нижник В. М.**, д.е.н., проф. (п. 1.6, п. 3.2);
Матюх С. А., к.е.н., доц. (п. 3.1); **Грицина Л. А.**, к.е.н., доц. (п. 1.1);
Харун О. А., к.е.н., доц. (п. 1.2); **Пухальська Я. П.**, к.е.н., доц. (п. 1.3);
Матвієць О. В., к.е.н., доц. (п. 1.4); **Думанська І. Ю.**, д.е.н., проф. (п. 1.5, п. 2.2);
Шарко В. В., к.е.н., доц. (п. 1.6); **Скиба Г. В.**, ст. викл. (п. 2.1);
Пухальський В. В., к.е.н., доц. (п. 2.3); **Яременко О. Ф.**, к.е.н., доц. (п. 3.1);
Савіцький А. В., к.е.н., доц. (п. 3.2); **Хмельвський О. В.**, к.е.н., доц. (п. 3.3);
Нижник І. В., к.е.н., доц. (п. 3.4); **Піскун Д. Н.**, к.е.н., доц. (п. 3.4);
Громова О. Є., к.е.н., доц. (п. 3.5); **Мудра Я. А.**, к.е.н., доц. (п. 3.6);
Лашин І. М., к.е.н., ст. викл. (п. 3.7); **Бабчинська О. І.**, к.е.н., доц. (п. 3.8)

Рецензенти:

Отенко І. П. – д-р екон. наук, проф., зав. кафедри міжнародного бізнесу та економічного аналізу, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця;
Вергун В. А. – д-р екон. наук, проф., проф. кафедри міжнародного бізнесу Інституту міжнародних відносин, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка;
Журба І. Є. – д-р екон. наук, проф., зав. кафедри міжнародних відносин та туризму, Хмельницький національний університет

Робота віддрукована в авторській редакції

М66 **Митне** та логістичне регулювання в системі міжнародних економічних відносин : монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. Д. М. Васильківського. Хмельницький : ХНУ, 2020. 447 с.

ISBN 978-966-330-392-5

Досліджено перспективи розвитку логістичних систем в глобальній економіці та модернізація митного регулювання за умов поглиблення інтеграційних процесів. Виявлено особливості міжнародних економічних відносин у підвищенні конкурентоздатності, прибутковості та адаптивності експортоорієнтованих підприємств, а також виокремлено глобалізаційні детермінанти їх трансформації.

Для науковців, спеціалістів сфери міжнародних економічних відносин, міжнародної логістики та митної справи.

УДК 339.543

ISBN 978-966-330-392-5

© Авт. колектив, 2020

© ХНУ, оригінал-макет, 2020

Передмова

Визначальною ознакою сучасності є ускладнення міжнародних економічних відносин, прискорення науково-технологічних змін та інтенсифікації глобалізації господарського життя суспільства. Ця тематика є особливо актуальною на сучасному етапі розвитку інтеграційних процесів та усвідомлення суспільством загальної єдності у всіх сферах життя. Актуальними є питання розвитку окремих країн у загальному об'єднаному економічному просторі, локальна та інтегральна відповідальність перед майбутніми поколіннями при визначенні інтеграційного вектора, або визначенні необхідності дезінтеграційних шляхів. У цьому контексті посилюється актуальність розробки теоретичних та методичних аспектів формування організаційно-економічних засад входження окремих країн у світове господарство на принципах рівноправності та взаємної вигідності співробітництва, а також розробка на основі наукових досліджень практичних рекомендацій щодо розвитку національних господарських комплексів, формування нових напрямів політики розвитку окремих регіонів. Саме тому дослідження проблемних питань у сфері митної справи та логістичних зв'язків у регулюванні зовнішньоекономічних відносин, а також пошук шляхів їх вирішення стає дедалі більш затребуваними.

Глобалізація світової економіки вимагає належного логістичного забезпечення. Підприємства різних країн виходять на світовий ринок, прагнучи до ринкового зростання. Процесам міжнародній торгівлі, які постійно зростають, необхідно відповідне логістичне обслуговування. Завдяки розвитку міжнародних економічних відносин усуваються кордони в господарській діяльності підприємств, проте, на шляху розвитку міжнародної логістики все ще залишаються серйозні бар'єри – безліч торгових, фінансових, митних та інших обмежень, обумовлених відмінностями політичних систем, економічних і соціальних рівнів розвитку країн, різницею в рівні життя їх населення і т.д.

Дослідженню проблем підвищення ефективності діяльності міжнародних логістичних систем присвячені роботи провідних зарубіжних і вітчизняних вчених. Серед яких Д.Дж. Бауерсокс, Д. Бенсон, Н.В. Вохновський, А.М. Гаджинський, В.В. Демиденко, В.С. Загорський, А.Г. Кальченко, І.Г. Клімова, Р.Р. Ларіна, В.А. Медведєв, О.Б. Наумов, М.А. Окландер, Дж. Уайтхед та інші відомі автори. У наукових дослідженнях вказаних авторів обґрунтовані теоретичні й методологічні засади формування і функціонування логістичних систем різного рівня. Проте цілий ряд проблем пов'язаних з особливостями розвитку інтегрованої міжнародної логістики та її впливу на формування глобального логістичного менеджменту продовжують залишатися недослідженими.

Інтеграція України в систему міжнародного поділу праці супроводжується становленням і подальшим розвитком усіх форм міждержавного співробітництва та, зокрема, розширенням обсягів зовнішньої торгівлі.

Зміни у системі світового господарства, трансформація українського суспільства зумовлюють необхідність обґрунтування нової парадигми взаємодії національної економіки з міжнародним співтовариством. За цих умов актуалізується проблема теоретичного відображення митної системи України та визначення її місця у системі міжнародних економічних відносин. Ці питання ґрунтовно аналізуються у дослідженнях провідних українських вчених-економістів, насамперед у працях А. Філіпенка, О. Гребельника, С. Осики, В. Пятницького, Т. Мельник, О. Єгорова, С. Ківалова, В. Сіденка та багатьох інших. Разом з тим, недостатньо ще приділено уваги теоретико-методологічним проблемам міжнародних економічних відносин та митних відносин як їх складової.

Монографія складається з трьох розділів: перший – присвячено дослідженню стану і перспектив розвитку логістичних систем в глобальній економіці; у другому – досліджуються питання модернізації митної справи в сучасних міжнародних економічних відносинах; у третьому розділі досліджені теоретико-методологічні засади розвитку міжнародних економічних відносин, і розглянуті глобалізаційні детермінанти їх трансформації.

Видання розраховане на фахівців у міжнародно-економічній діяльності, аспірантів, слухачів шкіл бізнесу, підприємців, працівників зовнішньоекономічних відділів фірм і корпорацій, та коло читачів, які цікавляться проблемами міжнародних економічних відносин, в т.ч. міжнародної логістики та митної справи.

Перспективи розвитку логістичних систем у глобальній економіці

1.1. Розбудова транспортно-логістичної інфраструктури країни на принципах державно-приватного партнерства: міжнародний досвід і вітчизняна практика

Сучасні тенденції розвитку світової економіки свідчать, що вдосконалення вже існуючих чи розбудова нових напрямів економічної діяльності безпосередньо залежить від рівня функціонування транспортно-комунікаційної системи. Необхідною умовою стабільного та динамічного зростання економіки будь-якої країни, забезпечення успішної інтеграції національної економіки у світовий економічний простір і, як наслідок, покращення рівня та умов життя громадян є наявність сучасної, розвиненої транспортної інфраструктури.

Традиційно транспортна інфраструктура розглядається як невід'ємна складова державної політики забезпечення економічної безпеки країни. Однак високий рівень капіталомісткості інфраструктурних проєктів, з одного боку, та обмеженість бюджетних ресурсів для їх реалізації, з іншого, вимагає пошуку нових джерел фінансування та механізмів розвитку.

Якісно новим підходом до управління транспортною інфраструктурою, що спрямований на оптимізацію використання, фінансових, матеріальних та трудових ресурсів, є налагодження партнерських зв'язків між державними органами і приватними інвесторами.

Як свідчить міжнародний досвід ефективною моделлю реалізації даного підходу є формування системи державно-приватного партнерства, що проявляється у поступовій передачі функції забезпечення інфраструктурного розвитку від держави до приватних партнерів. Оскільки дослідження будь-якого проблемного питання передбачає використання чіткої термінології для позначення досліджуваного явища, ми пропонуємо зупинитись на вивченні основних понять, що дозволяють розкрити зміст процесу державно-при-

ватного партнерства при розбудові транспортно-логістичної систем країни. Базовими з яких, на нашу думку, є транспортна та транспортно-логістична інфраструктура

Таблиця 1.1

Основні підходи до визначення поняття «транспортна інфраструктура»*

Як сукупність різних видів транспорту	Як елемент (підсистема) економіки, що створює умови для її розвитку
Іксарова Н.О.: до ТІ належать морський, річковий, автомобільний, залізничний, повітряний та трубопровідний транспорт із відповідними об'єктами-портами, дорогами, аеропортами, вокзалами, складськими приміщеннями та іншими допоміжними об'єктами	Максімов А.Б.: ТІ – сукупність всіх видів транспорту і транспортних структур, діяльність яких спрямована на створення сприятливих умов функціонування всіх галузей економіки, тобто сукупність матеріально-технічних систем транспорту, призначених для забезпечення економічної та неекономічної діяльності людини
Пікулик О. Б.: ТІ – сукупність транспортних комунікацій, об'єктів з обслуговування пасажирських і вантажних перевезень, об'єктів технічного обслуговування та ремонту, які забезпечують умови для надання транспортних послуг, тобто переміщення вантажів і пасажирів	Потєєва М.А.: ТІ – сукупність матеріальних, кадрових, організаційних, фінансово-економічних і нормативно-правових умов, які сформовані в країні з метою забезпечення сталого та якісного перевезення пасажирів і доставки вантажів в усіх сферах суспільного відтворювального процесу
Соколова О.Є.: ТІ – сукупність транспортних шляхів та пунктів усіх видів транспорту і допоміжного обладнання спрямованого на безпосереднє обслуговування шляхів та транспортних пунктів	Садловська І.П.: ТІ – це підсистема ринкової економіки, невід'ємна складова всієї інфраструктури державного або регіонального господарства, без якої не можуть функціонувати сектори економіки, ланки основного виробництва і виробничої сфери різних видів ринків
Ткаченко Н.Ю.: ТІ – елементи загальної інфраструктури (будівлі, споруди, пристрої), що забезпечують функціонування та експлуатацію різних видів транспорту (транспортних засобів)	Шуба О.А.: ТІ слугує сполучним елементом між такими секторами економіки, як виробництво і споживання, і включає в себе транспорт (автомобільний, залізничний, водний, трубопровідний, авіаційний) і комунікації всіх видів, а також об'єкти, що обслуговують транспорт і комунікації (вокзали, станції, аеропорти, порти, ремонтні підприємства, депо, станції техогляду)

*складено на основі [37; 55; 121; 123; 146]

У науковій літературі сформувалися різні підходи до визначення поняття транспортна інфраструктура (ТІ), які умовно можна поєднати у дві групи (див. табл. 1.1).

До першої ми відносимо ті, що прирівнюють транспортну інфраструктуру до простої сукупності різних видів транспорту, що здатні забезпечувати перевезення людей та вантажів. До другої варто включити такі визначення, у яких акцент робиться на цілях використання елементів транспортної систем. При цьому автори наголошують на тому, що транспортна інфраструктура є невід’ємним елементом економіки країни чи регіону, що забезпечує належні умови для розвитку.

Прихильники першого підходу фактично ототожнюють поняття «транспортна інфраструктура» із поняттям «транспортна система». Прихильники другого вважають, що транспортна інфраструктура виконує цілий набір функцій: забезпечуючи, продуктивну, національної безпеки, регулюючи, стимулюючи, соціальну, зовнішньоекономічну [55].

Продовженням наукової дискусії щодо структури, місця, ролі та значення транспортної інфраструктури у сучасній економіці стало формування нового терміна – «транспортно-логістичної інфраструктури», що визначається як сукупність матеріально-технічних систем (об’єктів), що забезпечують виконання основних функцій в різних сферах і галузях діяльності, так і сукупність підсистем, що забезпечують доступ економічних агентів до різних товарів, ресурсів (активів) або до тих чи інших послуг. Основними елементами даної інфраструктури виступають транспортні вузли, магістральні і місцеві шляхи сполучення, контейнерні і вантажопереробні термінали, мультимодальні транспортно-логістичні центри [99].

На рис. 1.1 представлено дані щодо кількості основних елементів транспортно-логістичної інфраструктури України.

Ефективність використання транспортно-логістичних потужностей України можна оцінити проаналізувавши стан та динаміку розвитку транспорту та складського господарства. За даними Державної служби статистики України у 2018 р. 73,6 % підприємств цієї галузі закінчили рік з прибутком (для порівняння – у 2017 р. цей показник складав 71,1 %).

Загалом у 2018 р. всіма видами транспорту було перевезено 1643 млн т вантажу і, як видно з таблиці 1.2, протягом останніх років спостерігається тенденція до поступового відновлення обсягу перевезень вантажів до рівня 2013 р. [30].

Розділ 1. Перспективи розвитку логістичних систем у глобальній економіці



Рис. 1.1. Транспортно-логістична інфраструктура України (без врахування даних тимчасово окупованих територій АР Крим, м. Севастополя та частини територій у Донецькій та Луганській обл.)*
* побудовано на основі [45; 89–91]

Таблиця 1.2

Динаміка перевезень вантажів і вантажооборот за видами транспорту*

Показник	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Транспорт:						
– вантаж, млн т;	1837	1623	1474	1543	1582	1643
– вантажооборот, млрд т-км	399,6	353,6	334,7	344,2	364,2	361,3
– залізничний вантаж, млн т;	444	386	350	343	339	322
– вантажооборот, млрд т-км	224,4	210,2	195,1	187,6	191,9	186,3
– морський вантаж, млн т;	3	3	3	3	2	2
– вантажооборот, млрд т-км	3,2	4,1	3,9	2,5	2,9	1,8
– річковий вантаж, млн т;	3	3	3	4	4	4
– вантажооборот, млрд т-км	1,4	1,3	1,6	1,5	1,4	1,6
– автомобільний вантаж, млн т;	1261	1131	1021	1086	1122	1206
вантажоборот, млрд т-км	58,7	56,0	53,3	58,0	62,3	72,1
– авіаційний вантаж, млн т;	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
вантажоборот, млрд т-км	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3
– трубопровідний вантаж, млн т;	126	100	97	107	115	109
– вантажооборот, млрд т-км	111,6	81,8	80,7	94,4	105,4	99,2

* без врахування даних тимчасово окупованих територій АР Крим, м. Севастополя та частини територій у Донецькій та Луганській обл.

У структурі перевезень домінуюча роль залишається за автомобільним транспортом, на який припадає 74,3 % всіх перевезень, на другому місці – залізничний транспорт із 19,6 %.

Реальний стан і динаміку розвитку транспортно-логістичної інфраструктури України можна оцінити за допомогою «Індексу ефективності логістики» (LPI), комплексного показника, що розроблений експертами Світового Банку для порівняння ефективності розвитку транспортно-логістичної сфери різних країн світу. Цей показник розраховують щонайменше два роки (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Позиція України за даними «Індексу ефективності логістики»*

Рік	Загальний індекс	Субіндекс LPI (місце країни)					
		Митниця	Інфраструктура	Міжнародні перевезення	Якість і компетентність	Відстеження проходження вантажів	Своєчасність поставок
2010	2,57 (102)	2,02 (135)	2,44 (79)	2,79 (84)	2,59 (77)	2,49 (112)	3,06 (114)
2012	2,85 (66)	2,41 (88)	2,69 (70)	2,72 (83)	2,85 (61)	3,15 (50)	3,31 (68)
2014	2,98 (61)	2,69 (69)	2,65 (71)	2,95 (67)	2,84 (72)	3,2 (45)	3,51 (52)
2016	2,74 (80)	2,30 (116)	2,49 (84)	2,59 (95)	2,55 (95)	2,96 (61)	3,51 (54)
2018	2,83 (66)	2,49 (89)	2,22 (119)	2,83 (68)	2,84 (61)	3,11 (52)	3,42 (56)

* побудовано на основі [161]

У таблиці 1.3 наведено п'ять точок виміру цього індексу. Оцінюючи динаміку значень LPI 2010–2018 рр., можна констатувати, що найкраще значення показника було зафіксоване у 2014 р. (61-ше місце із 2,98 балами), а найгірше – у 2010 р. (102-ге місце із 2,57 балами). Як що порівняти отримані дані, то можна побачити, що рівень розвитку транспортно-логістичної інфраструктури безпосередньо залежить від загального рівня розвитку економіки України. Так, найгірші значення припадають на періоди спаду економічного розвитку нашої держави, що були спричинені світовою фінансовою кризою 2008–2010 рр. та активною фазою військових дій на сході.

У структурі субіндексів LPI за підсумками 2018 р. найгірше оцінюється якість роботи митних органів та рівень розвитку транспортної інфраструктури. Стабільно відносно високими є позиції країни за показниками показниками своєчасності доставки вантажів та можливість їх відстеження [161].

Якщо ж оцінювати позицію України порівняно зі значеннями LPI країн-лідерів рейтингу (рис. 1.2), то можна констатувати, що протягом 2010–2018 рр. рівень використання транспортно-логістичного потенціалу країни коливався в межах 50–60 %.

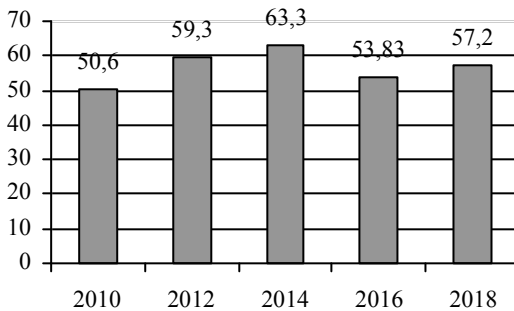


Рис. 1.2. Співвідношення значень індексу ефективності логістики України з максимально можливим показником, %*
* побудовано на основі [161]

Для порівняння наведемо дані щодо довжини автомобільних і залізничних шляхів, що функціонують в Україні та найбільших країнах Європи (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Порівняння транспортної забезпеченості України та країн Європи*

Країна	Площа, тис. км	Довжина автошляхів, тис. км	Щільність автошляхів, тис. км/тис. км ²	Довжина залізниць, тис. км	Щільність залізниць, тис. км/тис. км ²
Україна	603,7	169,6	0,28	19,8	0,03
Польща	312,6	420	1,34	19,2	0,06
Франція	551,6	1053	1,91	29,6	0,05
Німеччина	357,0	625	1,75	33,6	0,09
Іспанія	307,6	683,1	2,22	15,3	0,05
Італія	301,2	487,7	1,62	20,2	0,07

* побудовано на основі [160]

Як видно з наведених даних, ми значно відстаємо за рівнем покриття наземними шляхами території країни від європейських країн. Так, загальна довжина автошляхів в Україні складає лише 169,9 тис. км. При цьому у Франції – країні, яка за площею території майже дорівнює Україні, побудовано більше 1 млн км автошляхів. Схожа ситуація простежується і щодо рівня розвитку залізничного сполучення – загальна довжина залізниць в Україні складає лише 66 % від аналогічного показника Франції.

Загалом можна констатувати, що щільність покриття автошляхами території України складає лише 0,28 тис. км/тис. км², при тому, що в розглянутих країнах це значення коливається від 1,34 тис. км/тис. км² у Польщі до 2,22 тис км/тис. км² – в Іспанії. Щільність покриття залізничними шляхами у нашій державі складає 0,03 тис. км/тис. км², в той час як у європейських країнах – від 0,05 до 0,09 тис. км/тис. км² [160].

До основних причин низького рівня розвитку транспортно-логістичної інфраструктури України експерти відносять: недостатній рівень розвитку транспортної інфраструктури в цілому; технологічне відставання вітчизняної транспортної системи в порівнянні з розвиненими країнами; низьку якість обслуговування вантажного потоку; високу вартість логістичних послуг; значні затримки при перетині кордонів, пов'язані з роботою митниці та інших контролюючих органів; відсутність взаємодії різних видів транспорту; недосконалість законодавчої бази в області логістики і земельних відносин, що створює перешкоди при оформленні земельних ділянок під будівництво об'єктів транспортно-логістичної інфраструктури; високі адміністративно-бюрократичні бар'єри при вирішенні питань розміщення складських об'єктів і розвитку транспортно-логістичної інфраструктури; нестачу приватних інвестицій у розвиток транспортної інфраструктури [94; 99].

Як свідчить міжнародний досвід вирішенню проблеми нестачі фінансових ресурсів для розвитку транспортної інфраструктури може сприяти активізація механізмів державно-приватного партнерства (ДПП). Що ж прийнято розуміти під даним терміном? Загалом можна виділити два підходи до розробки визначення даної дефініції, перший – затверджений у офіційних документах на державному та міждержавному рівнях, другий – є результатом роботи науковців, дослідників та експертів-практиків (табл. 1.5).

Як бачимо, державно-приватне партнерство (ДПП) загалом трактується у вузькому та широкому значеннях.

Таблиця 1.5

**Визначення поняття «державно-приватне
(публічно-приватне) партнерство»***

Автор	Визначення поняття
<i>Державний та міждержавний рівні</i>	
Закон України «Про державно-приватне партнерство»	Співробітництво між державою Україна, АР Крим, територіальними громадами в особі відповідних державних органів та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами-підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору в порядку, встановленому цим законом та іншими законодавчими актами, та відповідає ознакам державно-приватного партнерства, визначеним цим законом
ОЕСР	Офіційні відносини або домовленості на фіксований/нескінчений період часу між державними і приватними учасниками, у якому обидві сторони взаємодіють у процесі ухвалення рішення і співінвестують обмежені ресурси для досягнення конкретних цілей у визначеній сфері
Світовий банк	Угоди публічної й приватної сторін із приводу виробництва інфраструктурних послуг, що укладаються з метою залучення додаткових інвестицій і підвищення ефективності бюджетного фінансування
Міжнародний Валютний Фонд	Угода, де приватний сектор постачає інфраструктурні активи та послуги, що традиційно забезпечувались урядом
Економічна комісія ООН в Європі	Інноваційна контрактна угода між публічним та приватним секторами у наданні публічних послуг і розбудові інфраструктури
Зелена книга ЄС «Публічно-приватне партнерство та законодавство Співтовариства з контрактів та концесії»	Є формою співробітництва між державними органами влади та світом бізнесу, що націлене на забезпечення фінансування, будівництва, відновлення, управління або обслуговування інфраструктури або надання послуг

Продовження таблиці 1.5

Автор	Визначення поняття
<i>У наукових працях</i>	
Бондар Н.	Будь-які форми взаємодії держави і приватного капіталу, що передбачають передачу з боку держави повноважень з проектування, будівництва, управління та фінансування (для нових об'єктів) приватному бізнесу за укладеними типовими договорами
Павлюк К., Павлюк С.	Конструктивне співробітництво держави, суб'єктів підприємницької діяльності і громадянських інститутів в економічній, політичній, соціальній, гуманітарній, інших сферах діяльності для реалізації суспільно значимих проектів на засадах пріоритетності інтересів держави, її політичної підтримки, консолідації ресурсів сторін, ефективного розподілу ризиків між ними, рівноправності і прозорості відносин для забезпечення поступального розвитку суспільства
Львовчкін М.	Система економічних відносин, що відображають взаємовигідну, рівноправну взаємодію державної та приватної власності з метою прибуткового її використання за рахунок мінімізації ризиків діяльності та ефективного використання усіх наявних ресурсів для задоволення суспільних потреб
Михеев В.	Система співробітництва приватного сектора, підприємств і організацій бізнесу з державними установами, а також регіональних корпорацій з державними підприємствами, установами, спрямована на вирішення актуальних соціально-економічних завдань
Шандрик В.	Законодавчо закріплений комплексний механізм державного управління, цілі функціонування якого реалізуються у партнерській діяльності представників державного та приватного секторів з реалізації суспільно значимого проекту при рівному задоволенні інтересів сторін
Варнавський В., Губанова О.	Інституційний та організаційний альянс між державою і бізнесом в цілях реалізації національних і міжнародних, значних і локальних, але завжди суспільно-значущих проектів у широкому спектрі сфер діяльності: від розвитку стратегічно-важливих галузей промисловості і науково-конструкторських праць до забезпечення суспільних послуг

* побудовано на основі [15; 62; 73; 80; 92; 93; 143; 158; 163]

У першому випадку ця дефініція розглядається як конкретні проекти, реалізовані спільно державними органами й приватними компаніями на базі об'єктів державної та муніципальної власності. У цьому аспекті ДПП розглядається як пряма економічна форма державної підтримки підприємницької діяльності, що полягає в участі держави у фінансуванні певної соціально значущої діяльності суб'єктів підприємництва. У другому, – як система відносин держави й бізнесу, що широко використовується як інструмент економічного й соціального розвитку на міжнародних, національних, регіональних, місцевих рівнях. У цьому аспекті ДПП розглядається як комплексний інструмент залучення інвестицій у інфраструктурні соціально значимі проекти [85; 126].

Залежно від особливостей регулювання механізму приватної ініціативи країни, в яких застосовується модель ДПП, можна згрупувати у такі 5 груп:

1. Країни з системою бонусів – у разі зацікавленості держави в реалізації запропонованого проекту проводиться відкритий конкурс. При проведенні відкритого конкурсу пропозиція приватного партнера буде вважатися переможною, якщо його вартість перевищує вартість кращої пропозиції не більше, ніж на певний відсоток, як правило, це 5 %.

2. Країни, що застосовують «Швейцарську» систему, – приватний партнер проекту спочатку не має переваг у вигляді бонусів, проте у разі надходження кращої пропозиції від третьої особи приватний партнер має право укласти угоду на таких же умовах.

3. Країни, що застосовують змішану систему, – якщо вартість пропозиції приватного партнера перевищує вартість кращої пропозиції не більше ніж на 5 %, то переможцем конкурсу визнається саме він, а якщо на 5–20 %, то обидва учасники мають право змінити свої пропозиції, однак на даному етапі при оцінці пропозицій бонус приватного партнера вже не враховується.

4. Країни, в яких відсутні преференції для приватного партнера, – на законодавчому рівні передбачена можливість приватних інвесторів виступати з ініціативою з укладення угод, проте при цьому вони не отримують будь-яких преференцій.

5. Країни, що використовують індивідуальний підхід, – в залежності від рішення уповноваженого органу угода про державно-приватне партнерство може бути укладена шляхом проведення прямих переговорів з приватним партнером без конкурсних процедур [71].

У міжнародній практиці державно-приватне партнерство між приватними інвесторами та державою реалізується через чотири форми співробітництва: контракти підряду на управління та/чи оренду об'єкта, нові проекти або проекти «з нуля», концесії, продаж державних активів через механізм повної або часткової приватизації [15].

При застосуванні першої моделі (management contracts) відповідальність за управління об'єктом передається приватному суб'єктові на відповідний період зі сплатою винагороди за виконання роботи. Платежі складаються з фіксованої суми та винагороди, заснованої на стимулах для досягнення певних результатів. Відповідно до угоди про оренду (lease contract), приватний партнер, використовуючи право користування державним майном, несе відповідальність за експлуатацію й обслуговування об'єкта.

Таблиця 1.6

Класифікація типів угод державно-приватного партнерства*

Тип ДПП	Сутність
BOO (Build, Own, Operate)	Приватний партнер будує та експлуатує об'єкти чи надає суспільні послуги без передачі права власності державному сектору
BOT (Build, Operate, Transfer)/BOOT (Build, Own, Operate, Transfer)	Приватний партнер будує об'єкти за специфікаціями, узгодженими з державним агентством, експлуатує їх протягом певного періоду часу і потім передає державі
ROT (Rehabilitate, Operate, Transfer)/ROOT (Rehabilitate, Own, Operate, Transfer)	Приватний партнер реконструює існуючий об'єкт, експлуатує його протягом певного періоду часу і потім передає державі
BBO (Buy, Build, Operate)	Уряд продає наявний об'єкт підприємству приватного сектору, який його відновлює чи розширює, необхідні для більш ефективної експлуатації, з точки зору витрат
DBO (Design, Build, Operate)	Приватний партнер проектує, будує та експлуатує державні об'єкти з правом власності в державному секторі
BDO (Build, Develop, Operate)	Приватний партнер бере в лізинг чи купує наявний об'єкт державного агентства, інвестує власний капітал для модернізації.

* побудовано на основі [95; 152]

Угоди ДПП, де необхідно створити нові об'єкти (greenfield project) передбачають, що приватний партнер самостійно чи з державою будує й управляє новоствореним об'єктом на період, визна-

чений у проектній угоді. Приватний суб'єкт бере на себе більшу частину фінансового та операційного ризику і повертає інвестиції протягом терміну реалізації проекту. Концесійні моделі передбачають здійснення ініційованого державою будівництво чи реконструкцію приватним інвестором за власні кошти. Предметом цих угод виступає державна (муніципальна) власність і суспільні (публічні) служби. Держава є суб'єктом концесійної угоди, за якою об'єкт передається в концесію на певний строк на платних умовах та повертається із закінченням строку дії угоди в державну власність [59].

Зазначені моделі співробітництва між приватними інвесторами та державою реалізуються за допомогою системи угод, які визначають права та обов'язки учасників, основні з них розглянуті у таблиці 1.6. В Україні за законодавством основними формами реалізації ДПП є концесія; управління майном (виключно за умови передбачення у договорі, укладеному в рамках державно-приватного партнерства, інвестиційних зобов'язань приватного партнера); спільна діяльність; інші договори [106].

Таблиця 1.7

**Порівняльний аналіз основних форм
здійснення державно-приватного партнерства в Україні***

Концесія	Спільна діяльність	Оренда
Мета: задоволення відповідних громадських потреб через модернізацію та управління певним об'єктом майна, що знаходиться в державній чи комунальній власності	Мета: отримання економічних вигід органом державної влади чи комунальної організації від здійснення господарської діяльності без створення юридичної особи	Мета: підвищення ефективності використання об'єкта, що знаходиться в державній або комунальній власності через передачу його в оренду приватним партнерам
Економічна вигода: концесійний платіж	Економічна вигода: можна отримати прибутки чи збитки, якщо проект не реалізувався або став не ефективним	Економічна вигода: орендна плата і зменшення витрат на утримання та експлуатацію об'єкта
При концесії основна вигода – модернізація певного об'єкта державної чи комунальної власності, використання якого забезпечує надання суспільних послуг	Приватний партнер не зобов'язаний виконувати будь-які роботи з модернізації об'єкта	Приватний партнер не зобов'язаний виконувати роботи з модернізації, а його експлуатація та управління в окремих випадках обмежується договором оренди

* побудовано на основі [97]

У таблиці 1.7 наведено основні характеристики зазначених форм державно-приватного партнерства.

За офіційними даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства [127] в Україні станом на 01.01.2020 на засадах ДПП укладено 187 договорів, з яких реалізується 52 чи 27,8 % (35 – договорів концесії, 15 – договорів про спільну діяльність, 2 – інші договори), 135 договорів не реалізується (4 договори – закінчено термін дії, 18 – розірвано, 113 – не виконується).

Сферами застосування ДПП в Україні є пошук та розвідка корисних копалин (1 проект), будівництво та експлуатація автострад, доріг, мостів, шляхових естакад, тунелів, морських та річкових портів та їх інфраструктури (7 проектів), охорона здоров'я (2 проекти), оброблення відходів (1 проект), виробництво та транспортування природного газу (8 проектів), збір, очищення та розподіл води (21 проект), туризм, відпочинок, культура та спорт (3 проекти), виробництво, розподілення та постачання електричної енергії (3 проекти) та інші – 6 проектів (див. табл. 1.8).

Як бачимо, найбільш поширеною формою ДПП в Україні є концесія. Згідно з вітчизняним законодавством, концесія – це форма здійснення державно-приватного партнерства, що передбачає надання концесієдавцем концесіонеру права на створення та/або будівництво (нове будівництво, реконструкцію, реставрацію, капітальний ремонт та технічне переоснащення), та/або управління (користування, експлуатацію, технічне обслуговування) об'єктом концесії, та/або надання суспільно значущих послуг у порядку та на умовах, визначених концесійним договором, а також передбачає передачу концесіонеру переважної частини операційного ризику, що охоплює ризик попиту та/або ризик пропозиції [111].

Як будь-яка форма державно-приватного партнерства, концесія має свої переваги та недоліки.

До переваг використання концесійного апарату можна віднести: вільний вибір концесіонера, який пропонує найбільш вигідні умови; можливість залишити об'єкт концесії у державній, або у приватній власності; отримання додаткового прибутку та залучення додаткових кадрів; зменшення витрат обох сторін концесійного договору; використання ноу-хау; зростання конкурентоспроможності за умови успішної реалізації проекту; отримання преференцій від держави [97].

Таблиця 1.8

**Географічний розподіл діючих угод на засадах ДПП в Україні
станом на 01.01.2020 р.***

Область	Пошук, розвідка корисних копалин	Інфраструктура	Охорона здоров'я	Обробка відходів	Виробництво/транспортування природного газу	Збір, очищення та розподіл води	Туризм	Виробництво електричної енергії	Інше
Донецька	1			1	2				1
Житомирська					1				
Закарпатська					3	1			
Запорізька						3			1
Івано-Франківська		1							
Київська			1			4			1
Кіровоградська							1		
Луганська						1			
Львівська			1		1	1	2		
Миколаївська						10		1	
Одеська		5							1
Полтавська						1			
Харківська								1	
Херсонська		1						1	
Хмельницька									2
Чернігівська					1				

* побудовано на основі [127]

Отже, головною перевагою концесії порівняно з іншими моделями співпраці державних та приватних структур є можливість залучення коштів на тривалий період за забезпечення цільового використання об'єкта концесії та збереження державної власності на нього [14].

Щодо недоліків концесійного механізму у сфері державно-приватного партнерства, то до них можна віднести: наявність ризиків при вкладенні капіталу; розбіжність поглядів приватного

сектора з державними та місцевими органами влади; занадто великий термін дії концесії; існування умов для корупції; загроза втрати об'єкта концесії у випадку непорозуміння [73].

Підсумовуючи зазначене варто відмітити, що наданому етапі розвитку використання механізму державно-приватного партнерства є чи не єдиним способом розбудови транспортно-логістичної інфраструктури України за умов обмеженого обсягу державного фінансування. Нажаль, на відміну від досвіду розвинених країн, практика ДПП в нашій країні є не надто ефективною – наразі реалізується менше 30 % всіх укладених угод ДПП.

Нещодавні зміни у законодавстві – внесення змін до ЗУ «Про державно-приватне партнерство» та прийняття ЗУ «Про концесію» – створюють необхідні передумови для покращення ситуації у цій сфері. Адже концесія, як одна з найбільш поширених форм ДПП, може виступати альтернативою практиці приватизації державного і комунального майна, оскільки надає можливість формувати довгострокові відносини з приватними інвесторами щодо побудови, управління та експлуатації об'єктів транспортно-логістичної інфраструктури з подальшим поверненням їх у власність держави. Тим самим досягаючи бажаних економічних та соціальних результатів під час реалізації важливих для всієї країни масштабних проєктів.

1.2. Розвиток логістичного аутсорсингу в Україні за умов глобалізації

Глобалізація світових ринків, посилення конкуренції і постійно зростаючі вимоги клієнтів до якості логістичного обслуговування активізували розвиток практики аутсорсингу, тобто залучення контрагентів для виконання комплексу логістичних послуг. Пристосування параметрів та факторів виробництва вітчизняних компаній до вимог кон'юнктури глобального ринку можливе за умов залучення механізмів логістичного аутсорсингу. Делегування виконання частини своїх бізнес-функцій дає можливість підприємству концентруватися на пріоритетних видах бізнесу й операціях і тим самим забезпечує йому конкурентні переваги.

Перехід до аутсорсингової моделі організації діяльності підприємств зумовлений, насамперед, тим, що динамічне і неви-

значене ринкове середовище висуває нові управлінські завдання, вирішення яких потребує ринкової реконструкції всіх структурних елементів і підсистем управління підприємством з метою безперервної адаптації до зовнішніх і внутрішніх змін [44].

Розвиток аутсорсингу як окремої стратегії компанії бере свій початок в 80-ті роки XX ст. Повною мірою вперше аутсорсинг стали використовувати великі компанії-виробники товарів масового споживання в частині товаровиробництва. Саме у цей період багато товаровиробників світового рівня зіткнулися з кризою, яка полягала в тому, що корпорації того часу стали занадто громіздкими, з величезним штатом працівників, з багатомільярдною власністю і виробництвом величезного асортименту товарів. Така ситуація була найбільш типовою для США і посилювалася економічним спадом того часу. У наслідок цього виникла стійка тенденція, що полягала в прагненні великих компаній відмежуватися від виробництва і зосередитися на управлінні організацією в цілому. Компанії намагалися відмовитися від своїх громіздких виробництв, які вимагають значних фінансових вкладень. З часом виникла потреба у формуванні стратегічних підходів до розвитку логістичного аутсорсингу [38].

Оскільки саме поняття «логістичний аутсорсинг» виникло відносно недавно, для початку визначимо, як вітчизняні та закордонні науковці трактують термін «аутсорсинг». Так, процес передавання підприємством виконання окремих операцій спеціалізованим організаціям відомий у світовій практиці під поняттям «аутсорсинг» (out – зовнішній, source – джерело).

Аутсорсинг – це передавання компанією неосновних для компанії бізнес-процесів стороннім виконавцям на умовах субпідряду – найчастіше з мотивів зменшення витрат на ці бізнес-процеси, або рідше для покращення якості результату: послуг, виготовлюваних комплектуючих тощо [20].

Основним принципом аутсорсингу є те, що підприємство залишає за собою тільки те, що воно може краще зробити за інших. Аутсорсинг визнано однією з найважливіших концепцій у галузі менеджменту протягом останніх 75 років [157, с. 17–18]. При цьому існує досить суттєва відмінність у оцінюваннях сутності аутсорсингу в системі бізнес-відносин, як це наведено у таблиці 1.9.

Аналізуючи дані з таблиці видно, що при розгляді цього вивчаючи це питання, думки авторів розподілися на дві групи.

Таблиця 1.9

Систематизація підходів до визначення сутності аутсорсингу*

Автор, джерело	Визначення
<i>Аутсорсинг як передача однієї з функцій сторонній організації</i>	
Б.А. Райзенберг, Л.Ш. Лозовський, Е.Б. Стародубцева [115]	Передача традиційних неключових функцій організації (наприклад, таких як бухгалтерський облік або рекламна діяльність) зовнішнім виконавцям – аутсорсерам, субпідрядникам, висококваліфікованим фахівцям сторонньої фірми. Різновид кооперування
Є.В. Крикавський, Н.В. Чернописька, Н.І. Чухрай [56]	Передавання іншому підприємству (субпідряднику) замовлення на виконання деяких операцій, наприклад, розміщення виробництва комплектуючих, виконання певних робіт та інших видів діяльності на «стороні»
С.С. Шаповал, В.О. Леженко [144]	Скорочення або відмова від власного бізнес-процесу, переважно непрофільного або неприбуткового для компанії, і передачу його спеціалізованим компаніям
З.С. Айвазян [4]	Передача певних допоміжних функцій третій особі, що спеціалізується у відповідній сфері діяльності.
Б.А. Анікін, І.Л. Рудая [6]	Виконання окремих функцій (виробничих, сервісних, інформаційних, фінансових, логістичних, управлінських та ін.) або бізнес-процесів (організаційних, фінансово-економічних, виробничо-технічних, маркетингових) зовнішньою організацією, що володіє необхідними для цього ресурсами на основі довгострокової угоди
В.А. Золотов [41]	Оптимізація діяльності підприємства за рахунок концентрації зусиль на основному бізнесі та передача непрофільних робіт зовнішнім спеціалізованим організаціям (аутсорсерам) на договірній основі
А.Г. Івлєв [44]	Організаційне рішення, що оптимізує конфігурацію бізнес-системи, виходячи з параметрів «якість – витрати – володіння»
С.О. Календжян [46]	Продаж власних потужностей по здійсненню будь-яких бізнес-процесів (ремонт, бухгалтерський облік); перехід на придбання відповідної продукції або послуг на стороні
Д.М. Михайлов [79]	Бізнес-технологія, що передбачає передачу стороннім спеціалізованим компаніям (аутсорсинговим компаніям) процесів або функцій усередині свого бізнесу, разом з відповідальністю за результат виконання цих процесів

Продовження таблиці 1.9

Автор, джерело	Визначення
<i>Аутсорсинг як оптимізація діяльності підприємства</i>	
П. Готтшгальк, Х. Солі-Сетер [25]	Передача ІТ-активів, орендованих потужностей, персоналу та управлінської відповідальності стороннім організаціям
В.В. Поляков, Р.К. Щенін [76]	Залучення третьої сторони для вирішення проблем організації у взаєминах із зовнішнім середовищем, а також внутрішніх проблем, пов'язаних з реалізацією конкретних бізнес-процесів чи використанням наукоємних технологій, наприклад інформаційних
Л. З. Поспех [102]	Форма організації бізнесу, спрямована на оптимізацію всіх ресурсів бізнес-системи, з точки зору економічної доцільності, забезпечення і підвищення конкурентоспроможності, стратегічного інтересу, пов'язаного з передачею окремих послуг (функцій, операцій, діяльності, повноважень) та активів сторонньому виконавцю, який має певну спеціалізацію або компетенцію, на основі довгострокових відносин
Р. Дафт [29]	Передача відповідним посередникам певних внутрішніх операцій, що дозволяє майже миттєво отримати значну економію і підвищити якість продукції
Р. Джермейн, А. Гюнтер [26]	Передача компанією-клієнтом процесів або функцій іншій компанії (або агенту) для їх виконання
А.В. Руснак [119]	Передача сторонній організації певних завдань, бізнес-функцій або бізнес-процесів, які зазвичай не є частиною основної діяльності компанії, але, тим не менш, є необхідними для повноцінного функціонування бізнесу
Ф.Н. Філіна [138]	Укладення контракту зі сторонньою організацією для передачі під її відповідальність здійснення бізнес-процесів або функцій
Д.В. Хейвуд [139]	Передача внутрішнього підрозділу підприємства і всіх пов'язаних з ним активів в організацію постачальника послуг, що пропонує надавати якусь послугу протягом певного часу за обумовленою ціною
В.В. Щербаков [150]	Відмова від власного бізнес-процесу і придбання послуг з його реалізації у «третьої сторони»

*сформовано автором

Перші розглядають аутсорсинг як передачу бізнес-процесів третій стороні, другі вивчають аутсорсинг як оптимізацію роботи підприємства. Інші науковці, такі як В.В. Дибська, В.І. Сергєєв,

Є.І. Зайцев та А.Н. Стерлігова [72], вважають, що логістичний аутсорсинг – це стратегія управління компанією, а не просто вид партнерської взаємодії, де аутсорсинг передбачає певну реструктуризацію внутрішньокорпоративних процесів і зовнішніх відносин фокусної компанії ланцюга поставок.

Для визначення логістичного аутсорсингу Н.І. Чухрай застосовує такі поняття, як «аутсорсинг логістичних процесів» та «контрактна логістика». Під цими поняттями розуміють використання зовнішньої фірми, яка займається дистрибуцією – перевізника, складської фірми або фірми, яка управляє транспортом – для виконання усіх або деяких функцій організації – одержувача послуги у сфері управління матеріалами або дистрибуції продуктів на ринок. Діапазон аутсорсингу в ланцюгу поставок логістичної сфери може бути вузьким, обмеженим закупівлею деяких функцій, таких як транспорт або складування, або широким, який охоплює комплексні угоди, що стосуються управління цілим ланцюгом поставок [142].

Всю сукупність аутсорсингових послуг, що надаються, можна умовно поділити на такі види аутсорсингу:

- виробничий аутсорсинг – сторонній організації передаються частково або цілком виробництво продукції або її компонентів;

- ІТ-аутсорсинг – припускає делегування зовнішній спеціалізованій компанії вирішення питань, пов'язаних з розробкою, впровадженням і супроводом інформаційних систем як цілком на рівні інфраструктури підприємства (супровід устаткування або ПЗ), так і обсягів робіт, пов'язаних з розвитком і/або підтримкою функціонування окремих ділянок системи (програмування, хостинг, тестування і т.д.);

- аутсорсинг бізнес-процесів – використання зовнішніх ресурсів, знань і досвіду, налагодженої інфраструктури постачальника послуг (аутсорсера) для організації та забезпечення власних специфічних функцій і досягнення бізнес-завдань компанії. У більшості випадків аутсорсинг бізнес-процесів припускає передачу стандартизованих поточних процесів компанії;

- аутсорсинг управління знаннями – передбачає управління процесами, які вимагають глибокого вивчення або серйозної аналітичної обробки даних, формування та управління базами знань, які в подальшому можуть використовуватися в тому числі і для підтримки прийняття рішень. Аутсорсинг управління знаннями зараз тільки починає отримувати поширення на території США [65].

Аутсорсинг бізнес-процесів містить велику кількість другорядних функцій. Один з його напрямів – виробничо-господарський, до якого входять експлуатація об’єктів нерухомості, послуги професійного прибирання, управління транспортним парком підприємства, харчування та ін. До нього також належать управління персоналом, внутрішній аудит, фінанси і бухгалтерія, маркетинг та ін.

Умовно, можна виділити такі види аутсорсингу в логістиці:

– повний, що передбачає передачу постачальнику послуг (аутсорсеру) повністю функції компанії, включаючи контроль над цією функцією, активи функціонального підрозділу;

– частковий – передбачає спільне з постачальником послуг керування функцією компанії;

– трансформаційний – передбачає передачу постачальнику послуг повністю функції компанії або функціонального підрозділу з метою оптимізації роботи даного напрямку з наступним поверненням компанії;

– спільних підприємств – передбачає створення спільного підприємства для керування виділеною функцією;

– бізнес-процесів – передбачає аутсорсинг транспортування, зберігання, консолідації відправлень і т.д. [118].

Глобалізація світової економіки стала основою формування світового ринку аутсорсингових послуг, що зумовлює можливість дослідження цього явища на різних рівнях – як на рівні окремого підприємства, так і на глобальному рівні [113].

Аутсорсинг в Україні має свої особливості щодо популярності окремих його видів (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Популярність аутсорсингу в Україні за видами*

*розроблено автором

Україна вперше в 2017 р. потрапила до ТОП-25 найпривабливіших країн світу у сфері аутсорсингу. З 2014 р. вона піднялася із 41-го на 24-те місце в глобальному рейтингу аутсорсингової привабливості (Global Services Location Index – GSLI), що включає 55 країн, про це йдеться у звіті американської консалтингової компанії А.Т. Kearney [30, с. 95–97].

Як вже визначено, одним з різновидів аутсорсингу бізнес-процесів є логістичний аутсорсинг, або так звана контрактна логістика (contract logistics), – це використання зовнішньої фірми-оператора (перевізника, складської фірми або фірми, яка управляє транспортом) для виконання усіх або деяких функцій певної організації (замовника) у сфері управління матеріалами або поставки продуктів на ринок.

Пріоритетність послуг логістичного аутсорсингу в Україні зображено на рис. 1.4.

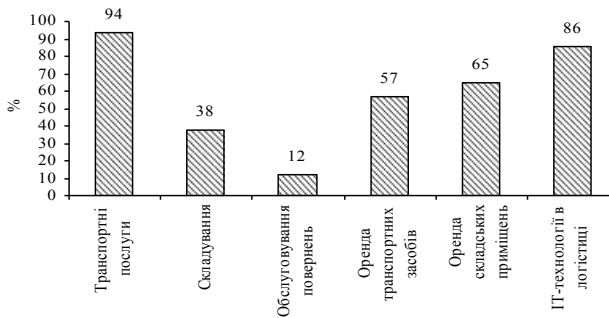


Рис. 1.4. Пріоритетність послуг логістичного аутсорсингу в Україні*
*розроблено автором

Послуга транспортування є затребуваною на українському ринку, і 94 % компаній готові замовити перевезення вантажів як по території країни, так і в міжнародному сполученні у аутсорсера. Доволі швидко набуває популярності ІТ-аутсорсинг. Оренда транспортних засобів та складських приміщень у аутсорсерів також є затребуваною, що підтверджують значення 57 % і 65 %, відповідно. Показник 38 % говорить про те, що послуга складування є поширеною і важливою для багатьох українських компаній.

Серед найпоширеніших послуг, які виконуються на засадах аутсорсингу в Україні, – транспортування та послуги, пов’язані з

розробленням, адаптацією та впровадженням програмного забезпечення логістичних процесів підприємства.

Значним ускладненням під час прийняття рішення про перехід транспортних компаній на аутсорсинг є відсутність операторів, які пропонують повний потрібний спектр логістичних послуг у всіх регіонах України на доступних умовах.

Істотною проблемою є невеликий досвід українських аутсорсерів й у зв'язку із цим гірше розуміння процесів, характерних для цієї галузі, порівняно з операторами, які діють у Західній Європі (рис. 1.5). Відставання українського логістичного аутсорсера від європейського. У сферах зростання гнучкості прослідковується відставання на 21 %, орієнтації на ключові компетенції – 14 %, а використання ефекту синергії – 48 % [31, с. 128–131]. Лідирує український аутсорсер лише у сфері уникнення інвестицій – на 26 %.

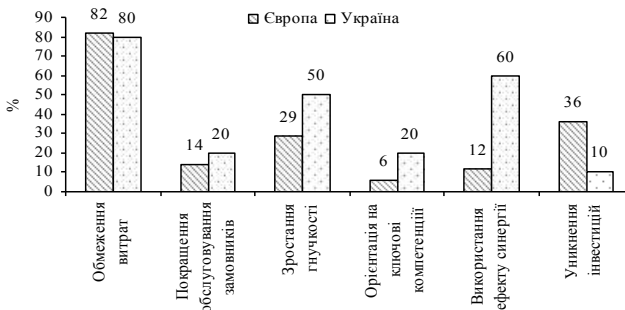


Рис. 1.5. Порівняльний аналіз досвіду операторів у сфері логістичного аутсорсингу в Україні та Європі*
* розроблено автором

Аутсорсинг як нова стратегія управління підприємствами активно застосовується провідними компаніями світу, які переносять виробничі потужності та робочі місця з країн розвинутого світу в країни, що розвиваються. Зокрема, серед країн Америки на аутсорсингу спеціалізуються Аргентина, Бразилія, Чилі, Мексика, Коста-Ріка, Панама, Перу. Серед країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону лідерами з надання аутсорсингових послуг є Індія, Китай, Бангладеш, Індонезія, Малайзія, Філіппіни, Таїланд, В'єтнам. Дослідження регіонів, що спеціалізуються на аутсорсингових послугах в Європі, Африці та на Близькому Сході, дає змогу зосередити увагу на таких країнах, як Болгарія, Чехія, Єгипет, Марокко, Польща, Румунія, Словаччина, Туреччина, Південна Африка, Україна [156].

Завдяки аутсорсингу в країнах, що розвиваються, створюються нові робочі місця, які вимагають високого рівня знань, а відповідно підвищують попит на освітні послуги (зокрема, технічні спеціальності). Наприклад, визнаним центром у сфері аутсорсингу інформаційних технологій є Індія. Країна містить на своїй території до 80 % світових проектів у цій сфері, а високотехнологічний сектор економіки зростає на 30 % щороку.

Лідуючі позиції продавця в міжнародному виробничому аутсорсингу сьогодні належать Китаю завдяки перевагам, пов'язаним із низькою вартістю ресурсів. Все це відповідним чином стимулює економічний ріст у країнах, що розвиваються.

Найбільшим споживачем послуг аутсорсингу бізнес-процесів є ринок Північної Америки (США, Канада). На кінець XX ст. питома вага компаній США, що віддають в аутсорсинг виробничі або сервісні операції, становила 87 %. Другим за значенням ринком-споживачем цього виду послуг є регіони Західної Європи. Третій за величиною замовник послуг аутсорсингу – Японія [54].

Діапазон функцій сучасних логістичних компаній досить широкий і включає наступні основні процеси [135]:

- доставка клієнтам вантажів у будь-яку частину світу. При цьому часто використовуються інтермодальні перевезення, тобто системи доставки вантажів через декілька державних кордонів декількома видами транспорту по єдиному перевізному документу;

- митне оформлення вантажів клієнтів. Спеціалізована фірма, яка безперервно працює з митними державними службами, виконуючи послуги, якісніше і швидше ніж митний брокер, який представляє інтереси вантажовласника і працює в цьому напрямі в середньому два рази на місяць;

- приймання вантажів на відповідальне зберігання на своїх терміналах. Як правило, логістична компанія не лише зберігає вантажі, але і надає послуги по їх накопиченню, комплектації партій, упаковці, бракеражу, наклейці етикеток, виписці рахунків, веденню обліку і ін.;

- надання клієнтам інформації про місце знаходження вантажу.

Відповідно виділяються наступні послуги: транспортно-експедиційні, послуги з митного оформлення, послуги складу, координація процесу закупівель, комплексні послуги. При аутсорсингу комплексних послуг в якості компанії-підрядника виступає єдиний великий логістичний оператор, що має у своєму розпорядженні усі ресурси, необхідні для реалізації логістичних бізнес-процесів по

всьому логістичному ланцюжку компанії-замовника. При побудові та реалізації аутсорсингових схем цей вид може стати одним з найважливіших інструментів оптимізації не лише логістичного ланцюжка, але і усій системи управління [23].

Для сучасної логістики дуже важливо, що існує безліч повсякденних операцій, виконання яких може бути передано логістичним провайдером. Можна навести основні етапи розвитку світового логістичного аутсорсингу (рис. 1.6) [18].

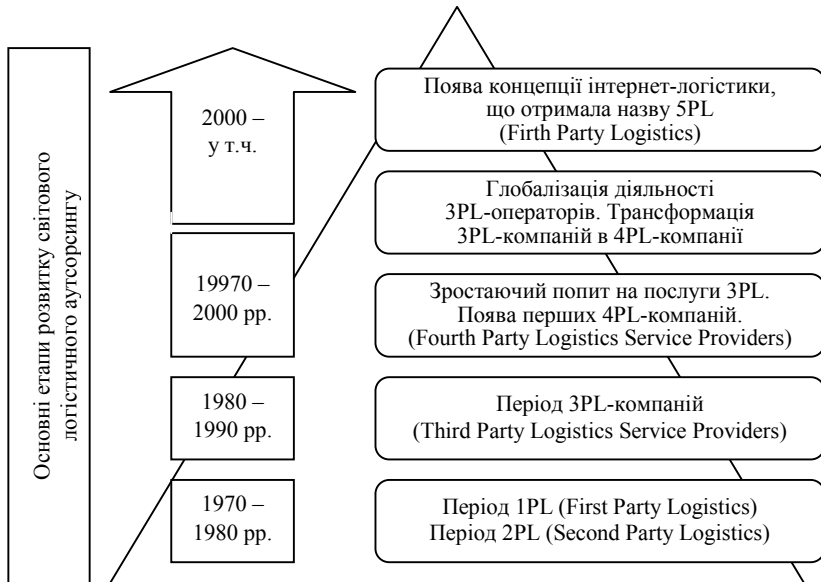


Рис. 1.6. Основні етапи розвитку світового логістичного аутсорсингу*
*розроблено автором

Характеризуючи ринок логістичних послуг, слід зазначити, що він розвивається в загальному фарватері світових стандартів. Відповідно, для нього також характерна передача частини логістичних функцій на аутсорсинг. На сьогодні виділяють декілька схем організації логістичних послуг [32]:

– логістика першого рівня (1PL – First Party Logistics), коли підприємство повністю самостійно здійснює всі логістичні процеси: транспортування, складування, пакування, управління супутніми фінансовими та інформаційними потоками тощо, що означає відсутність аутсорсингу;

– логістика другого рівня (2PL), коли підприємства залучають перевізників та орендують склади, але управляють ланцюгом поставок самостійно, що означає частковий аутсорсинг. Більшість підприємств в Україні – це 2PL-провайдери, які бувають різних розмірів і користуються транспортно-експедиційними послугами сторонніх підприємств. Логістичні послуги 2PL-провайдером надають такі популярні Українські підприємства як «Автолюкс», «Нова Пошта», «Нічний експрес», «Інтайм», «ЄвроЕкспрес» та ін.;

– логістика третього рівня (3PL) передбачає надання логістичних послуг, які виходять за межі транспортування і складування товарів. Оператор займається перевезенням товару, якщо необхідно – контролює проходження митниці, зберігає та фасує вантажі, займається розподілом, поверненням тари тощо. Він повністю несе відповідальність за збереження вантажу, веде облік залишків і т.п. З боку клієнта цей процес контролюють відповідні менеджери, тобто має місце комплексний логістичний аутсорсинг. Комплексні послуги на сьогодні в Україні надають як міжнародні логістичні компанії, так і українські, в числі яких такі оператори як «Комора С» і «Українські вантажні кур'єри», Kuehne + Nagel Ukraine, FM Logistics, DHL, Raben і Fiege.

– логістика четвертого рівня (4PL) – інтеграція всіх компаній, залучених в ланцюг поставок. Фактично це процес організування, планування, контролювання та регулювання всіх логістичних процедур одним постачальником послуг з довгостроковими стратегічними цілями. В цьому випадку клієнт тільки виробляє продукцію та займається маркетингом, а всю логістику віддає в руки професіоналів, тобто має місце інтегрований логістичний аутсорсинг у формі оператора управління ланцюгом поставок;

– логістика п'ятого рівня (5PL) – логістика електронної комерції – управління всіма компонентами ланцюга поставок за допомогою електронних засобів інформації. Логістика електронної комерції охоплює стратегічне планування та розвиток всіх необхідних для електронних угод логістичних систем та процесів, а також адміністративне та інформаційне забезпечення для їх фізичного виконання. Загалом, це можна прирівняти до існування віртуального системного інтегратора.

Отже, особливо важливу роль у динамічному розвитку ринку логістичних послуг відіграють суб'єкти ринку – логістичні оператори, точніше, їх співвідношення операторів 3PL, 4PL, 5PL. Зокрема, більша частка за обсягом послуг операторів вищого по-

рядку може характеризувати ринок логістичних послуг як більш інноваційний та конкурентний.

Доцільність використання логістичного аутсорсингу визначається для компанії-замовника в загальному випадку такими основними причинами [147]:

- недолік знань і досвіду у компанії в області логістики;
- тісний взаємозв'язок підприємств-виробників і постачальників продукції з підприємствами транспортної галузі в усіх ланках ланцюжка створення доданої вартості;
- можливість для виробника відмовитися від непрофільних видів діяльності (логістика);
- підвищення гнучкості, як щодо розвитку власної організації, так і по відношенню до її діяльності на ринках, і досягнення ефекту синергії;
- використання всіх переваг логістичного підходу до управління власною діяльністю без необхідності розвивати власні компетенції в цій сфері;
- зниження загальних витрат, зміна структури витрат;
- комплексне логістичне обслуговування високої якості, яке забезпечує провайдер;
- підвищення якості послуг для кінцевого споживача, що позитивно відбивається на іміджі компанії-замовника та ін.

Серед чинників привабливості України для зарубіжних аутсорсингових компаній виділяють такі [18]:

- зрілий та динамічний ІТ-ринок;
- значна кількість висококваліфікованих спеціалістів, які володіють передовими технологіями;
- розвинена система освіти, велика кількість університетів та науково-дослідних установ;
- високий рівень володіння англійською мовою серед працюючого населення;
- процеси економічної та політичної трансформації, орієнтовані на бізнес-моделі Заходу;
- вигідне географічне розташування;
- культурна спорідненість із Західною Європою та географічне розташування;
- нижчий рівень витрат, в т.ч. на заробітну плату.

Необхідно вказати на чинники, які перешкоджають розвитку ринку логістичного аутсорсингу в Україні: відсутність сприятливого інвестиційного клімату, низький рівень розвитку фондового

ринку та логістичної інфраструктури, нестабільна фінансово-економічна ситуація, недосконалість контрактних відносин, високий рівень корупції і бюрократичні перепони розвитку підприємництва.

У процесі здійснення логістичного аутсорсингу виділяють такі фази [159]:

- планування (ідентифікація цільових ринків, визначення діапазону транзакцій, оцінка потенційних контрагентів, формування пропозицій співпраці, прогнозування параметрів попиту та пропозиції щодо інсорсингових та аутсорсингових логістичних послуг);
- узгодження умов контрактів з контрагентами (аналіз пропозицій, оцінка сприятливих можливостей та загроз, вибір контрагентів, проведення ділових переговорів);
- укладання угоди про логістичний аутсорсинг (визначення принципів управління персоналом та менеджменту якості, узгодження цінових параметрів, регламентація умов контролю за ефективністю діяльності контрагентів);
- координаційні дії після укладання контракту щодо логістичного аутсорсингу (моніторинг ефективності виконання доручених повноважень, аналіз рівня задоволення потреб клієнтів, оперативне реагування на прояви неякісного виконання логістичних функцій, внесення коректив або припинення дії окремих контрактів).

Стратегія аутсорсингу в логістиці, у свою чергу – є однією з ключових логістичних стратегій промислових і торговельних компаній. На відміну від розвитку власної логістики, використання аутсорсингових моделей передбачає якісний, але стандартизований рівень сервісу. Важливу роль при цьому відіграє і скорочення фінансових ризиків компанії, оскільки логістичний посередник бере на себе відповідальність за виконання тієї чи іншої логістичної операції. Крім того, за рахунок жорсткої конкуренції на ринку логістичних послуг логістичні компанії прагнуть зробити найбільш вигідну комерційну пропозицію для своїх клієнтів в частині оптимального співвідношення ціни і якості послуги. Тому, у стратегічному плані використання аутсорсингу дозволяє компанії сконцентруватися на профільному бізнесі без відволікання ресурсів на логістику [24].

На рис. 1.7 показана модель логістичної стратегії аутсорсингу. Крім того, бачимо, що два додаткових входи в процес – це особистісні фактори такі, як досвід і користь, і культурні фактори, в якості організаційних цінностей і норм – працюють, зокрема, при розгляді аутсорсингу з точки зору корпоративної стратегії. По-

друге, представляємо моделі логістичного аутсорсингу, описуючи спосіб, за допомогою якого підприємства можуть приймати рішення щодо логістичного аутсорсингу в якості бізнес-стратегії [128].

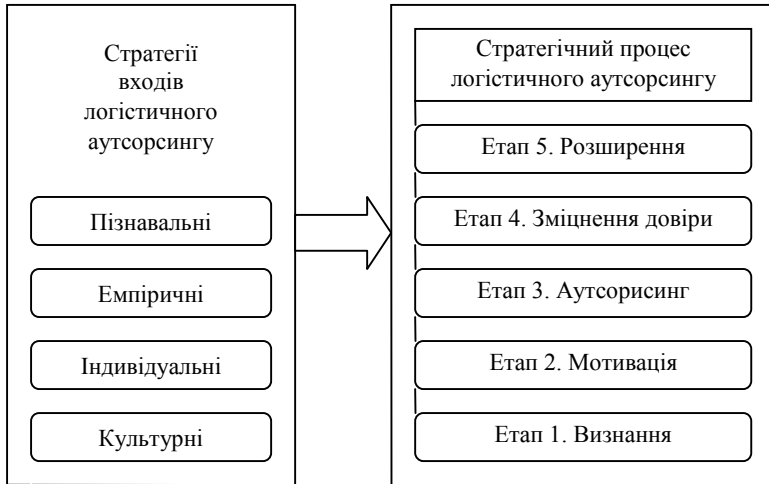


Рис. 1.7. Модель логістичної стратегії аутсорсингу*

* розроблено автором

На рис. 1.7 представлено модель процесу стратегії логістичного аутсорсингу за участю п'ять етапів і супутньою інформацією, що з'являється. Модель фокусується на тому, як підприємствам пройти через процес прийняття рішень про розробку стратегії, а не на окремих кроках програми логістичного аутсорсингу на місці. Цей підхід був прийнятий для того, щоб створити основи, які можуть бути застосовані до підприємств, які оцінюють логістичний аутсорсинг як стратегію.

У логістичній практиці вітчизняних та європейських підприємств аутсорсинг набирає усе більшої ваги. До прикладу, підприємства залучають до виконання, як логістичні компанії, які як правило, надають вузькоспеціалізовані послуги: транспортування, складського зберігання, декларування (митні послуги), підготовки експортно-імпоротної документації, послуг зі зв'язку із закордонними постачальниками тощо, так і великих логістичних операторів, які надають увесь комплекс послуг таким підприємствам [142, с. 390].

Прийняття рішення про використання аутсорсингу є складним комплексним завданням, що зачіпає стратегічні інтереси, тому воно знаходиться в компетенції вищого менеджменту компанії. Фактично це рішення означає вибір між власним виробництвом і придбанням послуг «на боці» та пов'язане з аналізом як справжнього стану справ у компанії, так і можливих ризиків аутсорсинг-проектів. Можна виокремити основні переваги використання аутсорсингу на підприємствах (табл. 1.10) [10].

Таблиця 1.10

Переваги від використання концепції логістичного аутсорсингу*

Переваги	Характеристика
Основне виробництво. Спеціалізація	– концентрація на основній діяльності, найбільш рентабельної для підприємства; – підвищення якості комплектуючих; – зниження загальних витрат за рахунок відсутності заготівельного та допоміжного виробництва; – вивільнення дефіцитного устаткування та висококваліфікованої робочої сили для роботи над ресурсномісткими операціями
Економічного Та фінансового характеру	– оптимізація структури витрат; – зменшення витрат логістики; – скорочення витрат на персонал і приміщення; – зменшення адміністративних витрат; – зменшення фінансових та виробничих ризиків
Ринкові відносини	– вирішення проблем функціонування й розвитку в ринковій економіці завдяки зменшенню витрат
Гнучкість	– здатність гнучко реагувати на ринкові зміни і внутрішні проблеми компанії; – підвищення гнучкості внаслідок використання вивільненого потенціалу; – швидко адаптуватися до зовнішніх умов функціонування та покращувати економічні результати
Організаційного характеру	– спрощення організаційної структури; – скорочення штату працівників
Нове виробництво (інновації)	– зосередження на розробці нових продуктів і послуг, поліпшення якості продукції послуг; – диверсифікація діяльності внаслідок використання потенціалу, що вивільнився
Інвестування	– домогтися підвищення ефективності діяльності промислової компанії без великих інвестувань у високовартісні технології; – мінімізація інвестицій в логістику

Продовження таблиці 1.10

Переваги	Характеристика
Обслуговування клієнтів	<ul style="list-style-type: none"> – якісний стандартизований сервіс; – покращення обслуговування клієнтів; – удосконалення якості товарів та послуг; – можливість працювати за гнучким графіком; – впровадження новітніх технологій; – завдання аутсорсингу можна ускладнити або спростити відповідно до поточних вимог

*розроблено автором

Поряд з перевагами аутсорсингу логістичних послуг, існує низка ризиків і недоліків, які виникають, коли підприємства передають логістичні функції третій стороні як самостійному суб'єкту господарювання:

- передача важливої інформації про підприємство в «чужі руки»;
- ризик зниження ефективності праці власного персоналу та втрати ним необхідних знань та досвіду надання функції, що передається на аутсорсинг;
 - у випадку недобросовісності аутсорсера, виникнення форс-мажорних обставин або його банкрутства можливі суттєві втрати, пов'язані з необхідністю термінового пошуку іншого аутсорсера або налагодження виконання даної функції власними силами;
 - вірогідність монополізації ринку відповідних послуг окремими аутсорсерами;
 - недотримання прийнятих зобов'язань щодо рівня обслуговування;
 - складність у досягненні зниження витрат (великі тарифні ставки);
 - зниження можливості впливу та контролю за функціями, переданими аутсорсеру.

Мінімізувати або навіть повністю уникнути цих ризиків та недоліків дозволить створення логістичного провайдера, який обслуговуватиме підприємства однієї галузі певного регіону та буде підконтрольним цим підприємствам. Цей висновок підтверджується думкою відомого вітчизняного науковця – фахівця з логістики Є.В. Крикавського, який стверджує, що у багатьох випадках рентабельно користуватися зовнішніми, спеціалізованими засобами, не відмовляючись при цьому від управління ними. У цьому випадку управління зовнішніми засобами повинно зводитися до

спільного із зовнішнім оператором визначення цілей, розроблення відповідної тактики, а також встановлення ключових показників, які допоможуть орієнтуватися у поточній ситуації, а також уможливають проведення необхідних коригуючих дій [6].

У найбільш загальному підході прийняття рішення щодо передачі підприємством тих чи інших функцій на аутсорсинг може бути описане таким чином (рис. 1.8) [1].



Рис. 1.8. Схема прийняття рішення щодо доцільності реалізації логістичного аутсорсингу*
*розроблено автором

Алгоритм визначення доцільності передачі функцій на аутсорсинг може включати декілька важливих критеріїв: обсяги ре-

лізації підприємства (значимість товару); частка ринку, яку займає підприємство; переваги, що отримує підприємство від впровадження аутсорсингу. На етапі визначення необхідності застосування аутсорсингу необхідно сформулювати перелік цілей аутсорсингу [8].

Отже, логістичний аутсорсинг за останнє десятиріччя набув популярності та широкого застосування вітчизняними підприємствами, що прагнуть суттєво підвищити конкурентоспроможність за рахунок використання нових технологій, реструктуризації менеджменту та оптимізації виробничих процесів. Застосування логістичного аутсорсингу допомагає підприємствам розв'язувати проблеми функціонування й розвитку в ринкових умовах шляхом скорочення логістичних витрат, прискорення адаптації до умов зовнішнього середовища, поліпшення якості продукції та послуг, зменшення ризиків, оскільки дає змогу спростити організаційну структуру й організаційні процедури, оптимізувати структуру логістичних витрат і покращувати економічні результати, підвищувати маневреність внаслідок використання вивільненого потенціалу, концентруватися на стратегічних проблемах.

1.3. Досвід Євросоюзу в стійкому розвитку транспортної інфраструктури, ключові критерії для України

Особливості та досвід формування транспортно-логістичних мереж у Західній Європі. З погляду вивчення зарубіжного досвіду найбільш яскравими є особливості формування транспортно-логістичних мереж у Європі.

У Західній Європі розвиток центрів транспортної логістики почався на початку 1980-х років, що обумовлено високою динамікою зростання вантажних і пасажирських перевезень в умовах глобалізації світових товарних ринків.

Зростаюча конкуренція між товаровиробниками спонукала їх шукати додаткові можливості для зниження логістичної складової в кінцевій ціні товару. Що, в свою чергу, вимагало створення нової техніки, розвитку транспортної інфраструктури, впровадження сучасних транспортно-логістичних технологій, що допомогло знизити транспортний складник у кінцевій ціні товару до 10–12 %, а сумарні витрати товаровиробників на транспортно-логістичні послуги – на 10–30 %.

Саме з розвитком транс'європейської мережі логістичних центрів формується уявлення та розробляються проекти, що пов'язані з єврологістичною системою. Досвід країн Західної Європи показує істотну роль таких транзитних логістичних центрів у формуванні бюджету. Вивчення статистичних даних довело, що в Голландії діяльність транзитних логістичних центрів приносить 40 % доходу транспортного комплексу, у Франції – 31 %, у Німеччині – 25 %. У країнах Центральної та Східної Європи ця частка в середньому становить 30 %, а всього загальний обіг європейського ринку логістичних послуг досягає понад 600 млрд євро. З них близько 30 % логістичних функцій у всіх галузях економіки щороку реалізується логістичними компаніями.

Вивчаючи досвід найбільш розвинених європейських транспортно-логістичних центрів, можна відмітити, що там спостерігається висока роль держави у плануванні, інвестуванні та контролі діяльності транспортно-логістичних центрів Європи. При цьому найбільш ефективними є саме ті з них, щодо яких сприяння держави є найбільшим. Іншими важливими аспектами в отриманні конкурентних переваг є:

- розвинута інфраструктура транспортно-логістичних центрів;
- вигідне географічне розташування;
- співпраця з митницею та урядом;
- розгалужена транспортна система;
- диверсифікація послуг та видів транспорту;
- оперативність та максимальне спрощення процедур;
- новітні високотехнологічні і функціональні технології

тощо [74].

Стрімкого розвитку транспортно-логістична система отримала в Німеччині. Центри транспортної логістики були сформовані переважно на основі наявних залізничних ліній та розв'язок. Більшість із них розрахована на паралельне використання автомобільного та залізничного транспорту, є також трьохмодульні логістичні центри [140].

У Німеччині переважає два типи логістичних центрів: логістичні центри приватної власності та логістичні центри міської комунальної власності. 80 % усіх логістичних центрів Німеччини розміщують поблизу залізничних магістралей, вони є об'єктами інфраструктури залізниць (Deutsche Bahn AG) і забезпечують левову частину інвестицій в розвиток цієї інфраструктури. Окрім того, близько 75 % логістичних центрів мають сполучення із транспортом

загального користування, 60 % – використовують у своїй діяльності комбінований транспорт. Такі крупні німецькі транспортні вузли, як м. Бремен та м. Любека, мають пряме сполучення з водним транспортом, а м. Гамбург – з водним і повітряним транспортом [98, с. 176].

Німецька модель будівництва логістичних центрів характеризується низкою особливостей: сильна державна підтримка на всіх рівнях; участь державного сектору ґрунтується на федеральних законах і законах федеральних земель; федеральний бюджет бере участь у фінансуванні інвестицій через Deutsche Bahn AG («Німецькі залізниці»); широко практикується виділення дотацій бюджетам федеральних земель, цільових дотацій та кредитування за конкретними інвестиціями; фінансову підтримку інвестицій здійснюють як федеральні землі, так і місцеве самоврядування. У цій моделі чітко визначені і джерела інвестиційних коштів: інвестори, які бажають зробити доступною інфраструктуру логістичним операторам; транспортні компанії; суб'єкти, що утворюють об'єднання з приватним капіталом; бюджетні кошти й цільові фонди федеральних земель; програми і федеральні фонди, що спрямовані на розвиток інфраструктури; дотації міст та регіонів; дотації та програми ЄС. Інвестиційний капітал доповнюється банківським кредитом. Створені логістичні центри управляються через наглядові органи, які створюються різними компаніями – учасниками проекту: інвесторами та/або інвестиційними консорціумами; компаніями з розвитку; містом/муніципалітетом; асоціаціями та спілками. Державний сектор бере участь як у фазі планування, так і у фазі реалізації інвестицій у розвиток логістичних центрів [27, с. 11].

Транспортно-логістична інфраструктура Італії є досить успішною та цікавою. Вона є одним із найбільших транспортно-логістичних центрів, що розміщений на перетині 5 залізничних і 4 автомобільних шляхів, Bologna Freight Village. Цей центр забезпечує обслуговування понад 35% внутрішніх вантажопотоків та обробку 16 % міжнародних вантажів, що прямують через країну. Bologna Freight Village є великим транспортно-логістичним центром, до складу якого входить близько 100 національних і міжнародних транспортних та логістичних компаній, а також митна служба, банківські установи, організації поштового зв'язку та культурні заклади [120].

Транспортно-логістична інфраструктура Італії отримала значний розвиток у результаті реалізації національного генерального плану розвитку транспорту в 1986 р., який визначив дворівневу мережу «інтерпорти» – об'єктів транспортно-логістичних цент-

рів (місця макрорівня для міжнародного транспорту та рівня національного транспорту). Основною метою створення мережі транспортно-логістичних центрів в Італії стала концентрація вантажних потоків з урахуванням збалансованих транспортних рішень. Фінансування проектів розвитку транспортно-логістичних центрів в цій країні відбувалося на принципах державно-приватного партнерства, де державі відводилася роль як ініціатора проекту, так і інвестора, що за рахунок державних бюджетів різних рівнів поряд із приватними інвестиціями забезпечував фінансовими ресурсами ці проекти.

Що стосується Франції, то даний транспортно-логістичний центр формувалася в межах проекту з удосконалення транспортної системи Парижу шляхом концентрації логістичних послуг на периферії. Для французької моделі розвитку транспортно-логістичних центрів характерним є те, що її планування, розвиток та управління здійснюється винятково приватними інвесторами, які повністю забезпечують створення і функціонування цих об'єктів інфраструктури.

Нині найбільшими інвесторами ринку логістичної інфраструктури Франції є компанія «Garonor SA», що належить американській інвестиційній компанії «ProLogis», та компанія «Sogaris SA», яка знаходиться в розпорядженні держави та муніципалітетів. Найбільшим недоліком цієї моделі розвитку транспортно-логістичних центрів є відсутність скоординованого централізованого планування проектів розвитку міжнародних логістичних центрів, оскільки держава бере участь у їх реалізації лише шляхом надання дозволів на їх будівництво, керуючись цілями місцевого і регіонального планування [63, с. 10].

Якщо говорити про модель Великобританії, то її розбудова пов'язана з будівництвом тунелю під Ла-Маншем та передбачала створення 10 інтермодальних терміналів і логістичних центрів для обслуговування промислових районів. Ініціатором їх формування виступала дочірня компанія Британських залізниць «Rail freight Distribution». З приватизацією Британських залізниць відбулася зміна концепції формування транспортно-логістичних центрів у Великій Британії, основою якої стали інтермодальні термінали та системи грантів на залізничні перевезення вантажів. Це сприяло розвитку особливої форми фінансування проектів розбудови транспортно-логістичних центрів, у межах якої існувало дві основні схеми бюджетного фінансування: гранти на об'єкти вантажної інфраструктури та гранти за доступ до залізничної колії.

Перша схема виділення бюджетних коштів дає змогу покрити витрати на створення інфраструктурних об'єктів з обробки залізничних вантажів. За допомогою неї здійснювалося і відновлення наявних пунктів обробки вантажів. Друга схема дає змогу компаніям здійснювати виплати за користування залізничною інфраструктурою. За оцінкою експертів проекту «Європлатформа», більшість об'єктів транспортно-логістичної інфраструктури Великої Британії являють собою розподільчі центри, що забезпечують інтермодальний зв'язок. Модель їх розвитку характеризується низькою ефективністю через відсутність загальної політики розбудови та підходів до планування цих об'єктів інфраструктури [129, с. 32].

На сучасному етапі в Європі формується нова мультимодальна Транс'європейська транспортна система, яка включає всі види транспорту, та впроваджується новий широкомасштабний план розбудови Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T) до 2020 р. Цей план передбачає об'єднання транспортних мереж усіх нових держав-членів ЄС у зв'язку з необхідністю створення більш потужного єдиного європейського ринку. Згідно з обмеженою кількістю транс'європейських транспортних осей (напрямків інтенсивних перевезень вантажів і пасажирів), що поєднують країни-члени ЄС між собою та з новими країнами-сусідами та регіонами. Єврокомісією визначено 5 основних мультимодальних осей: північна, центральна, південно-східна, південно-західна та водні магістралі між європейськими портами [7; 42].

У жовтні 2013 р. Єврокомісія представила нову інфраструктурну стратегію ЄС. Основою нової інфраструктурної політики ЄС стане продовження розпочатої раніше роботи з перетворення національних транспортних систем країн Європи в єдину Транс'європейську транспортну мережу, ядром якої визначено дев'ять нових транспортних коридорів: Балтика-Адріатика, Північне море-Балтика, Середземноморський коридор, Середньосхідний коридор, Скандинавія-Середземне море, Рейн-Альпи, Атлантичний коридор, Північне море-Середземне море, Рейн-Дунай.

Пріоритетне фінансування отримують транспортні коридори, що з'єднують східну і західну частини ЄС. види транспорту, з'єднувати три держави й мати дві транскордонні секції.

Реалізовано акцент на мультимодальності коридорів – незалежно від напрямку кожен транспортний коридор має поєднувати в собі мінімум три. В результаті реалізації даної стратегії до 2050 р., оновлена транспортна мережа з'єднає 94 морських і річкових пор-

тів, 38 ключових аеропортів і дозволить оновити 15 тис. км залізниць, налагодивши на них швидкісний рух. На фінансування початкового етапу реалізації проекту – у період 2014–2020 рр. з бюджету ЄС буде спрямовано 26 млрд євро та серед іншого заплановано налагодити Єдину європейську систему керування повітряним рухом та Європейську систему керування залізничним рухом. Загалом у найближчі 5 років для реалізації нової інфраструктурної стратегії Євросоюзу передбачається залучити 250 млрд євро за рахунок співфінансування з національних бюджетів європейських країн та приватних інвестицій.

Аналіз досвіду зарубіжних країн виявив примітну спільність: більшість транспортно-логістичних кластерів організовуються у виробничо-транспортно-споживчих вузлах спільно з мультимодальними термінальними комплексами. На основі вивчення зарубіжного досвіду формування транспортно-логістичної інфраструктури в Україні доцільним є створення системи логістично-господарських комплексів за напрямками міжнародних транспортних коридорів, із задіянням унікального торговельно-транспортного потенціалу країни. Це дасть змогу перетворити логістику в галузь національної економіки, яка, за аналогією з Німеччиною, може стати бюджетоутворювальною і експортоорієнтованою.

Сучасний процес розвитку європейських логістичних систем.

Сучасне функціонування економіки визначається яскравими трансформаційними процесами, які спричиняють кардинальні зміни в організації й управлінні макроекономічними господарськими системами. Завдяки стрімкому прогресу комп'ютеризації, телекомунікації та транспорту зростає економічна залежність між країнами. Тому брати активну участь в міжнародному співробітництві і отримувати відповідні вигоди України може лише враховуючи реалії розвитку світової економіки та розвиваючи відповідно до їх вимог власні господарські комплекси, здатні забезпечити ефективну міжнародну співпрацю.

Дослідимо основні процеси, які вплинули на розвиток сучасних транспортних логістичних систем макроекономічного, в тому числі територіального рівня в економічно розвинутих країнах. Виявлення таких процесів розвитку дозволить визначити майбутні фактори впливу щодо формування транспортних систем, які з позицій інтеграції України в світову економічну систему безумовно позначаться на її розвитку загалом і прикордонних територій, – зокрема.

Розвиток інтеграції світової економіки та глобалізація бізнесу сприяли створенню міжнародних логістичних систем. Великі західні фірми прагнули розвивати глобальні стратегії, тобто виробляти продукцію для світового ринку і в тих місцях, де можна було знайти найбільш дешеві сировину, матеріали, робочу силу. Руйнування традиційних національних, торгових, митних, транспортних та інших бар'єрів, як це відбулось в країнах ЄС та між США і Канадою, зробило більш вільним переміщення товарів, послуг і людей крізь кордони і, разом з тим, посилило значимість міжнародної логістичної координації. На міжнародному ринку логістичні функції стали більш комплексними, а такі проблеми, як розміщення виробництва і центрів дистрибуції, вибір видів транспорту, типів сервісу, методів управління запасами, проектування адекватних комунікаційних та інформаційних систем почали вимагати застосування нових методів логістичного менеджменту.

Починаючи з 90-х років ХХ ст. стали активно розроблятися і впроваджуватися міжнародні програми і проекти, в яких логістиці відводилась провідна роль. Зокрема, в країнах ЄС прийнято декілька програм, спрямованих на створення міжнаціональних логістичних центрів фізичного розподілу на основі використання контейнерів в інтермодальних перевезеннях. Одна з таких програм під назвою «Collomodul», прийнята в 1992 р. і реалізовується за участю Голландії, Франції і Німеччини [43, с. 20]. Для реалізації принципів логістики в міжнародних перевезеннях і економічних торгових зв'язках в ЄС створюються міжнаціональні комунікаційні інформаційно-комп'ютерні системи, розроблені в рамках проектів Hermes, Docimel, TEDIM, UNCTAD, TACIS тощо. На сучасному етапі основними чинниками в економіці західного ринку, які впливають на майбутню еволюцію логістичної концепції, є:

- подальший розвиток світових інтеграційних процесів;
- посилення конкуренції в усіх сферах бізнесу;
- нові відносини з торговими партнерами, які потребують нових підходів в організації співробітництва і нових форм управління;
- деякий спад промислового виробництва;
- поглиблення спеціалізації в промисловості;
- впровадження гнучкого технологічного обладнання, систем автоматизації проектування, гнучких автоматизованих і роботизованих виробництв, здатних швидко переходити на виробництво нових видів продукції;

- перехід від впровадження нових інформаційно-комп'ютерних технологій до їх більш ефективного використання;
- посилене впровадження принципів логістики в індустрію сервісу.

Вказані процеси розвитку підтверджують, що акцент у дослідженнях зараз змістився на створення переваг в конкурентній боротьбі. Для успішного виживання і процвітання на ринку в умовах загостреної конкуренції фірма мусить бути гнучкою і динамічною. Тобто, ключовим фактором конкуренції стає фактор часу. Окрім того, зовнішнє середовище функціонування стає все більш комплексним і невизначеним, що вимагає високого рівня адаптації і стійкості логістичних систем, які формуються.

Значний прогрес в світі досягнутий в створенні і вдосконаленні макроекономічних торгових, транспортних та інформаційних логістичних систем, як на рівні окремих регіонів, країн, так і в глобальному (транснаціональному) масштабі. Для України розвиток макрологістичних транспортних та телекомунікаційних систем має першочергове значення, оскільки дозволить прискорити інтеграцію нашої країни в світовий економічний і інформаційний простір.

Перспективи розвитку глобальних логістичних систем і логістичних каналів пов'язані, в першу чергу, зі збільшенням віддачі на вкладений капітал, більш низькими тарифами. Їх створенню сприяють крупні транспортно-експедиторські фірми, страхові компанії, глобальні телекомунікаційні мережі.

Фактор регіоналізації відіграє особливо важливу роль у логістиці. Регіональні аспекти логістики можна розглядати як на рівні окремої країни та її окремих територій, так і на рівні декількох країн, які розміщені безпосередньо одна біля одної і мають спільні кордони в певній географічній зоні. Відомі численні приклади успішних макрологістичних регіональних структур і систем, наприклад, для країн ЄС, Бенілюксу, США і Канади, Південно-Східної Азії. Регіональний фактор посилює тенденцію глобалізації за рахунок таких аспектів як схожість політичних систем і рівня економічного розвитку країн, що входять в регіон; близькість соціального устрою, традицій, історичних коренів, міграції населення; єдиних джерел енергії, сировинних ресурсів; єдиної транспортної системи і дорожньої інфраструктури; єдиних телекомунікацій; відсутності митних і торгових бар'єрів та ін. [69]. В контексті інтеграції України в загальноєвропейську транспортну систему «Європлатформс» ці питання набувають важливого значення,

оскільки немає підстав стверджувати, що перешкоди на шляху розвитку міжнародної транспортної логістики на даний час усунуті.

На процесах глобалізації та регіоналізації логістичних систем суттєво позначається також швидкість та інтегративний характер інноваційного розвитку. Адже відомо, що жодна галузь, регіон, країна не може отримати довготривалої вигоди за рахунок використання нових технологій, оскільки вони швидко стають надбанням інших фірм, країн, минаючи національні кордони в дуже інтегрованому світовому економічному та інформаційному просторі. Саме швидкість взаємного проникнення сучасних технологічних рішень, «ноу-хау», проектів, наукових досліджень в економіку більшості розвинутих країн сприяє глобалізації та регіоналізації сучасних транспортно-логістичних систем.

Можна зробити висновок, що формування в багатьох сферах виробничо-комерційної діяльності логістичних систем є закономірним етапом розвитку ринкової економіки, обумовленим рядом об'єктивних тенденцій: прискоренням науково-технічного прогресу, появою нових інформаційних технологій, що полегшують комунікацію між окремими членами логістичного ланцюга, ростом інтегрованості економічного середовища, доступності різноманітних ресурсів, глибокими змінами в соціально-психологічному кліматі в суспільстві (розвиток підприємницької культури, підвищення ролі ділової етики, формування відносин довіри і взаємних зобов'язань), нездатністю традиційних бюрократичних організаційних структур в багатьох випадках справлятися з задачами оптимального розподілу і використання ресурсів.

Проблеми і перспективи співробітництва у сфері транспорту України та ЄС. Об'єктивною тенденцією розвитку світової економіки XXI ст. є посилення інтеграційних процесів, що для України визначені «Стратегією інтеграції України до Європейського Союзу», затвердженою Указом Президента України від 11.06.1998 р. № 615/98. В умовах розвитку та поглиблення інтеграційних процесів важливого значення набуває ефективне вирішення проблем переміщення товарів між регіонами, країнами і континентами, пошук оптимальних схем організації та обслуговування транснаціональних товаропотоків, з урахуванням динамічного їх зростання, виникнення якісно нових вимог до ефективності міжнародних перевезень.

Для України транснаціональні, в першу чергу, транзитні вантажопотоки, мають винятково важливе значення, в силу чого особливої актуальності набувають розробки теоретико-методологіч-

них засад ефективного управління і розвитку транспортно-логістичних систем у контексті прикладних задач, які стоять перед державою. Спрямованість на максимізацію кінцевих фінансових результатів, при мінімумі власних витрат, об'єктивно вимагає врахування макроекономічних тенденцій розвитку та функціонування вітчизняного транспортного комплексу як складової загальноєвропейської транспортної системи, вивчення можливостей впровадження логістичних технологій і систем у транспортному процесі з точки зору глобальних і територіальних закономірностей його розвитку.

Передусім, інтеграційні процеси позначаються на розвитку західних прикордонних територій України, які у найближчій перспективі межуватимуть з Європейським Співтовариством. Це, в свою чергу, вимагає не просто адаптації транспортних комплексів прикордонних територій до вимог та стандартів ЄС, а розробки науково обгрунтованих підходів до організації управління розвитком транспортних систем, що гуртуються на інтегральній концепції логістики. Тому для підвищення рівня функціонування існуючих систем транспортних перевезень і пошуку шляхів їх оптимізації надзвичайно важливе значення має розробка ефективних форм і методів організації управління ними на основі інтегрованих транспортно-логістичних систем.

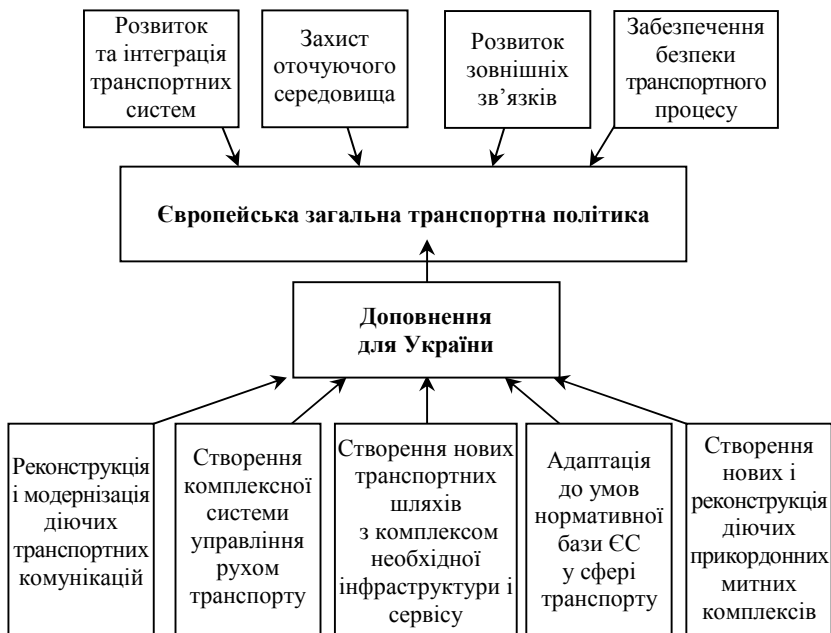
Із зростанням ступеня інтеграції розширюються потенційні можливості системи, зростає ступінь різноманітності й альтернативності. Це, в свою чергу, породжує проблеми, пов'язані з якістю функціонування системи, зокрема, проблему формалізації процесу формування інтегрованої системи доставки й оцінки її якості.

Першочерговим завданням розвитку транспортного комплексу України є його інтеграція в міжнародну систему, та розвиток міждержавних зв'язків в сфері транспорту на основі дво- і багаторонних угод. На сьогодні основними міжнародними угодами, документами, що регламентують діяльність транспорту, є [27]:

- загальна транспортна політика ЄС, прийнята Празькою декларацією в 1991р.;
- Європейська угода про міжнародні магістралі;
- Європейська угода про міжнародні магістральні залізничні лінії;
- Європейська угода про найважливіші лінії міжнародних комбінованих перевезень;
- Декларація II Загальноєвропейської конференції з питань транспорту (Кріг, 1994 р.).

Серед затверджених останнім документом 9 міжнародних транспортних коридорів (МТК), чотири (3, 5, 7 та 9) проходять територією України [140], що об'єктивно підтверджує необхідність включення України в створення мережі МТК, які мають розроблятися за Європейською загальною транспортною політикою (ЄЗТП).

В рамках ЄЗТП сформульовано чотири основних пріоритетних напрями, за якими повинна вестися робота зі створення єдиного ринку транспортних послуг, однак ці напрями відповідають умовам ЄС, де уже створені першокласні автомобільні, залізничні, водні і змішані транспортні шляхи, прикордонні і митні комплекси, сервісні пункти, вантажні термінали, системи управління рухом транспорту та інші пристрої і об'єкти, що забезпечують надійне функціонування транспорту. Для України, де більшість таких питань не вирішені, число пріоритетних напрямів повинне бути розширене згідно запропонованих на рис. 1.9 нових напрямів.



*сформовано автором

Рис. 1.9. Пріоритетні напрями розвитку єдиного транспортного ринку за ЄЗТП з доповненням для України*

Інтеграція виробництва і транспорту призводить до високої взаємної залежності виробничо-транспортного процесу. З одного боку, вона сприяє гармонізації виробничих зв'язків і розвитку економіки (за оцінками європейських транспортних аналітиків реалізація ідеї інтеграції забезпечує зниження собівартості доставки на 20–30 % порівняно з нинішнім рівнем). З іншого боку, інтеграція висуває особливі вимоги до транспортних процесів створення єдиних для країн ЄС стандартів і правил регулювання ринку транспортних послуг, уніфікації вимог до документів, транспортних засобів і правил їх експлуатації [141].

Усе це невідворотно веде до технологічного вдосконалення товарообміну, структурної реконструкції усіх елементів товаророзподільчих і транспортних логістичних систем, до розвитку транспортних процесів на більш якісному рівні. В основі інтеграції транспортних систем лежить ідея глобальної уніфікації і стандартизації модулів, які входять в склад транспортної системи, здійснення котрої створить передумови для впровадження ефективних засобів автоматизації управління транспортними процесами.

Для підвищення ефективності і системної стійкості на ринку транспортних послуг при доставці вантажів повинна бути забезпечена максимальна координація й інтеграція всіх ланок транспортного процесу, які беруть участь в формуванні і управлінні основними та допоміжними матеріальними і пов'язаними з ними потоками. Елементами транспортного процесу при перевезенні вантажів є подача транспортних засобів під навантаження, транспортування і розвантаження.

Головною метою інтеграції є реалізація переваг об'єднання, тобто досягнення економії ресурсів або створення нової, більш привабливої для споживачів якості послуг.

Для покращення транспортної системи України та наближення її до норм ЄС державі недостатньо концентрувати увагу лише на питаннях фінансування. Для перспективного розвитку транспортної системи України необхідно:

- модернізувати інфраструктуру у техніко-технологічному плані, насамперед на прикордонних переходах, прискорити розвиток контейнерного сервісу;
- впровадити автоматизовані системи прискорення переходу залізничного рухомого складу з широкої на європейську колію;
- розвивати митні технології, системи інформаційного, маркетингового і логістичного забезпечення ринку транспортних послуг;

– створити ефективну систему міждержавного обміну інформацією та контролю за якістю систем впровадження еко-стандартів.

Проведені дослідження транспортних систем європейських країн свідчать, що їхній розвиток залежить від розвитку транспортної інфраструктури. Слабкий розвиток транспортної інфраструктури є одним з найважливіших показників рецесії в регіональній економіці. Без відповідної інфраструктури транспортної системи регіональна економіка не може реалізувати потенціал економічного розвитку [86].

Україна готова брати участь у формуванні універсальної, ефективною, єдиної транспортно-логістичної системи, що з'єднає як Азію з Європою, так і країни Балтійського, Чорноморського, Каспійського та Середземноморського регіонів. До основних бар'єрів у логістичних системах товароруку належать прикордонні переходи. Практично скасовується прикордонний контроль в умовах «загального» ринку й скорочуються витрати за рахунок зменшення штату прикордонних служб, знижуються витрати, які зумовлені затримками вантажу у процесі виконання прикордонних процедур.

Економія від цих заходів у країнах Західної Європи складає до 15 млрд дол. Світовим транспортним співтовариством впроваджуються інноваційні інформаційно-управляючі технології. Інтегровані транспортні системи, порівняно зі звичайними, надають послуги з регулювання транспортними потоками на більш високому рівні взаємодії учасників процесу, з вищим рівнем безпеки та передачі повної інформації про стан та положення у просторі об'єктів у режимі реального часу. Вказані системи набули назви «інтелектуальні» (ITS), й їх впровадження стало невід'ємною частиною TEN-T політики країн Європейського Союзу, а також Японії, Китаю, США, РФ та інших країн, поєднаних глобальною мережею поставки товарів «від дверей до дверей».

У світовій практиці активізується застосування інноваційних технологій у перевізному процесі, зокрема, шляхом розвитку мультимодальних перевезень. Одним із найпоширеніших видів комбінованих перевезень є контейнерні та контрейлерні потяги, які формуються на території як України («Вікінг» і «Ярослав»), так і інших країн, насамперед, Білорусі («Зубр»). Поїзд комбінованого транспорту «Вікінг» з 2012 р. розпочав регулярне (двічі на тиждень) курсування територією України (раніше чітко визначеної періодичності відправлення потягу не було, що не дозволяло здійснювати перевезення вантажу цим поїздом за графіком, що у свою

чергу уповільнювало його проходження українською територією). У рамках проекту «Вікінг», який є одним з інструментів розвитку мультимодальних перевезень, забезпечено встановлення пільгових тарифів на перевезення, спрощеної процедури прикордонного контролю, і як наслідок – залучення нових вантажопотоків. На часі – запровадження єдиного наскрізного уніфікованого транспортного документа, забезпечення стикування інформаційних систем з контролюючими органами, поетапне впровадження електронного документообігу та інші новації, що сприятиме розширенню географії курсування поїзда. На даний час до проекту «Вікінг» вже приєдналися Болгарські залізниці, Молдова, Румунія, а в перспективі можлива участь у проекті Туреччини, Сербії, Греції, Македонії та інших країн [47; 83].

Розвиток інтермодальних та комбінованих перевезень з одночасним переключенням частини автомобільних потоків на більш екологічний та економічний транспорт – залізничний та водний, також сприяє зменшенню екологічного навантаження на довкілля. Нині в Україні за підтримки Європейського Союзу через виконання програми «Марко Поло» реалізуються заходи зі зменшення завантаженості доріг, поліпшення екологічних показників транспортної системи за допомогою переміщення частини автомобільних перевезень на інші види транспортування.

Вигідне географічне розташування України на шляху основних транзитних потоків між Європою і Азією та розгалужена залізнична мережа разом із наявністю незамерзаючих чорно морських портів та системи автомобільних доріг створюють необхідні передумови для збільшення транзитних перевезень вантажів і пасажирів у напрямках «Північ–Південь» та «Захід–Схід», а також подальшої інтеграції України до транспортної системи «Європа–Азія» і нарощування обсягів експортно-імпортних перевезень згідно з потребами зовнішньої торгівлі [51]. Актуальність питання формування міжнародних транспортних коридорів зумовлена не обхідністю інтеграції транспортних мереж і транспорту України в міжнародну транспортну систему з метою залучення додаткових обсягів перевезень та валютних надходжень, скорочення транспортних витрат, наближення до міжнародних стандартів перевезень пасажирів та вантажів, енергетичних та екологічних показників роботи транспорту й збільшення частки експортного потенціалу України на міжнародному ринку транспортних послуг шляхом значного підвищення конкурентоспроможності українських перевізників [64].

На сьогодні основними транспортними зв'язками, що проходять через Україну є такі: країни Центральної Європи – країни СНД; країни Південної Європи, Близького Сходу, Африки – країни СНД; Індія, країни Центральної Азії, Далекого Сходу – країни Балтики, Скандинавії; Китай, країни Закавказзя, Середньої Азії, Далекого Сходу – країни Західної Європи, Балтики, Скандинавії [122].

Відповідно до цих напрямів створюються транспортні коридори, які намічені Європейським Співтовариством і за рішенням другої Пан'європейської конференції міністрів транспорту європейських країн включені як складові частини до мережі міжнародних транспортних коридорів: Берлін (Дрезден) – Вроцлав – Львів – Київ; Трієст – Любляна – Будапешт (Братислава) – Львів; Дунайський (водний); Гельсінкі – Санкт-Петербург – Мінськ (Москва) – Київ – Кишинів (Одеса) – Димитровград [87].

Подальша інтеграція України в міжнародну транспортну систему передбачає доповнення нових напрямків міжнародних транспортних коридорів: продовження коридору № 5 Львів – Рівне – Сарни – Мінськ Балтійське море – Чорне море Гданськ – Варшава – Ковель – Одеса Європа – Азія Франкфурт – Краків – Львів – Дніпропетровськ – Алма-Ата – ЧЕС Анкара – Єреван – Тбілісі (Баку) – Ростов-на-Дону – Одеса (Кишинів) – Бухарест (Тирана) – Димитровград (Афіни) – Стамбул – Євразійський Одеса – Тбілісі (Єреван) – Баку – Ашгабат Північ – Південь Харків – Полтава – Кіровоград – Одеса. У зв'язку з цим було сформовано концепцію об'єднання транспортних мереж країн Західної Європи та їх перспективного розширення на Схід шляхом розбудови міжнародних транспортних коридорів, що стало одним з визначних етапів розвитку європейської транспортної політики. У таблиці 1.11 наведено перелік європейських міжнародних транспортних коридорів, ухвалених Критською конференцією Європейського співтовариства станом на 1.01.2015 р. [117].

Відповідно до міжнародних зобов'язань Україна спільно з іншими країнами визначила й ухвалила новий перелік міжнародних транспортних коридорів, які додатково пропонувалося включити до традиційної мережі МТК: Гданськ – Одеса (Балтійське море – Чорне море) (Польща, Україна); «Євразійський» (ЄАТК) Іллічівськ (Одеса) – Поті (Батумі) – Тбілісі – Баку (Україна, Грузія, Азербайджан); альтернативний транспортний коридор «Європа – Азія» (Німеччина, Італія, Австрія, Чехія, Словаччина, Угорщина, Польща, Україна, Росія, Казахстан, країни Середньої Азії та Китай).

Таблиця 1.11

Перелік європейських міжнародних транспортних коридорів*

Коридор	Напрямок
1	Гельсінкі – Таллінн – Рига – Каунас/Клайпеда – Варшава/Гданськ
2	Берлін – Познань – Варшава – Брест – Мінськ – Смоленськ – Москва – Нижній Новгород
3	Брюссель – Ахен – Кельн – Дрезден/Берлін – Вроцлав – Катовіце – Краків – Львів – Київ
4	Дрезден/Нюрнберг – Прага – Відень – Братислава – Д'єр – Будапешт – Арад – Бухарест – Констанца/Крайова – Софія – Салоніки – Пловдив – Стамбул
5	Венеція – Трієст/Копер – Любляна – Марибор – Будапешт – Ужгород – Львів – Київ
6	Гданськ – Катовіце – Жиліна, західна гілка: Катовіце – Брно
7	Дунайський (водний); (Австрія, Угорщина, Югославія, Болгарія, Румунія, Молдова, Україна)
8	Дуррес – Тирана – Скоп'є – Бітола – Софія – Димитровград – Бургас – Варна
9	Гельсінкі – Виборг – Санкт-Петербург – Псков – Москва – Калінінград – Київ – Любашівка/Роздільна – Кишинів – Бухарест – Димитровград – Александруполіс
10	Зальцбург – Любляна – Загреб – Белград – Ніш – Скоп'є – Велес – Салоніки

* розроблено автором

Формування міжнародних транспортних коридорів передбачає два варіанти розбудови транспортних коридорів на території України, включених як складова частина до мережі міжнародних транспортних коридорів: реконструкція і модернізація існуючої мережі; спорудження нової транспортної мережі з повним комплексом інфраструктури згідно з міжнародними стандартами. Тому, до основних передумов участі України у формуванні міжнародних транспортних коридорів належать:

- підвищення конкурентоспроможності українських товаровиробників і транспортних підприємств на світових товарних і фрахтових ринках;

- поліпшення транспортного сполучення в країні для більш повного й ефективного задоволення потреб економіки у послугах транспорту;

- створення сприятливих умов для залучення на національні транспортні комунікації міжнародних транзитних потоків;
- розширення зовнішньоторговельних зв'язків.

Сучасні тенденції розвитку світової економіки характеризуються посиленням взаємодії національних економік та їх транспортно-логістичних потоків, що викликає необхідність розроблення якісно нових підходів щодо узгодження рішень на рівні макро- і мікроекономіки з врахуванням пріоритетів загальнонаціональної і транспортної стратегій розвитку та умов для вільного пересування товарів, послуг, капіталів, робочої сили. Відповідно змінюються функції і комплекс актуальних завдань в системі державного, маркетингового і логістичного менеджменту, механізмів регулювання транснаціональних потоків і міжнародного транзиту вантажів, вивчення яких визначає нові напрями розвитку ринку освітніх послуг і перепідготовки кадрів.

Досвід розвитку транспортних систем країн Західної Європи довів, що на сучасному етапі розвиток транспортних систем залежать від розвитку транспортної інфраструктури. А для зміцнення позицій України на світовому ринку необхідне створення сучасної транспортної інфраструктури й корінна організаційна перебудова всієї транспортної системи нашої країни.

1.4. Розвиток мультимодальних логістичних потоків: проблеми та перспективи

В умовах глобалізації економіки, визначальним проявом якої є посилення міжнародних економічних зв'язків, транспортні послуги є пріоритетною складовою національного продукту України. Транспортна система України відіграє важливу роль у забезпеченні розвитку міжнародних економічних відносин і надає унікальну можливість для організації конкурентоздатних транзитних маршрутів, оскільки Україна має вигідне економіко-географічне і геополітичне положення. Інтеграція України в світову господарську систему, підвищення рівня товарообміну між країнами, міжнародна конкуренція, формування транспортно-логістичної інфраструктури сприяють активізації розвитку системи мультимодальних перевезень, яка забезпечує організаційно-технологічну взаємодію різних видів транспорту, координацію та синхронізацію процесів транспортно-логістичного обслуговування, встановлення партнерських

відносин між усіма учасниками ланцюга доставки вантажів на вигідних умовах [66].

Транспорт здійснює позаекономічні синергетичні ефекти на функціонування основних галузей економіки, що актуалізує наукові дослідження в сфері розвитку ринку мультимодальних перевезень та оцінки його впливу на ефективність діяльності транспортної системи. Конкурентоспроможність та ефективність транспортної системи країни визначається не стільки існуванням окремих видів транспорту, скільки їх модальною інтеперабельністю та інтегрованістю на регіональному, національному та міжнародному рівнях. Мультимодальні перевезення виступають одним з головних напрямів сучасної європейської транспортної політики, тому в умовах сьогодення функціонування ринку мультимодальних перевезень є ефективним напрямом формування потужної транспортної системи країни [67].

Орієнтація України на формування конкурентного середовища транспортного ринку відповідно до транспортної політики ЄС обумовлює актуальність дослідження ринку мультимодальних перевезень [66]. На сьогодні не існує єдиного підходу до визначення мультимодального перевезення, що пояснюється відсутністю імперативного закріплення даного інституту в законодавстві багатьох країн і загальноприйнятого проголошення на міжнародному рівні.

Деякі дослідники [134; 151] висловлюють думку, що міжнародні мультимодальні перевезення – це такі перевезення, при яких вантаж слідує по території двох або більше держав, що уклали між собою спеціальні угоди. Інші дослідники [70; 77; 124; 131] вважають, що мультимодальні перевезення вантажу – це транспортування вантажних партій від пункту відправлення до пункту призначення, коли для процесу переміщення використовується більше одного виду транспорту.

На думку О. Є. Соколової, мультимодальні перевезення – це інтегрована та взаємозв'язана транспортна система, завданням якої є прискорення, здешевлення та спрощення технологічних процедур упродовж повного ланцюга доставки «від дверей до дверей» за умов організаційно-технологічної взаємодії всіх ланок перевізного процесу [124, с. 114]. Таки дослідник як Е. Л. Лимонов визначає, що міжнародні мультимодальні перевезення – це перевезення з використанням декількох видів транспорту, виконувани під відповідальністю одного перевізника за єдиним транспортним документом і за єдиною наскрізною ставкою [70, с. 54–56]. В свою

чергу, професор Л. Б. Миротин у своїй науковій праці ототожнює мультимодальні, комбіновані та інтермодальні перевезення вантажів та вважає, що, якщо при перевезеннях хоча б два види транспорту є міжнародними, то таке перевезення є мультимодальним (змішаним) [77].

У світовій практиці мультимодальних перевезень найбільш поширеною є термінологія, що визначена у документі «Термінологія комбінованих перевезень», який був розроблений Європейською економічною комісією ООН та затверджений у 2001 р. [131], де наведено більш розширені визначення основних термінів:

– мультимодальне перевезення – вантажне перевезення двома або більше видами транспорту, за одним контрактом (з наскрізною тарифною ставкою), за одним документом (наскрізним коносаментом) та однією відповідальною стороною – оператором мультимодальних перевезень;

– сегментоване змішане перевезення – перевезення, при якому приймають декілька операторів або на кожен вид транспорту діє своя тарифна ставка, тобто ставка не є наскрізною;

– інтермодальне перевезення – це перевезення вантажів двома або більше видами транспорту в одній вантажній одиниці (наприклад, контейнері) або автотранспортному засобу без перевантаження самого вантажу під час зміни виду транспорту; при цьому інтермодальне перевезення може бути як мультимодальним, так і сегментованим;

– комбіноване перевезення – це інтермодальне перевезення, під час якого більшу частину маршруту вантаж прямує залізницею, річкою або по морю, а початковий та/чи кінцевий відрізок маршруту здійснюється автотранспортом та є найкоротшим.

Важливо відзначити, що ключовою ознакою мультимодального перевезення є транспортування товару двома або більше видами транспорту за одним контрактом, з одним документом, і однією стороною, відповідальною за все перевезення. Однак, якщо перевезення при залученні двох або більше видів транспорту здійснюється не на основі єдиного договору, то таке перевезення не є мультимодальним. Принцип мультимодального перевезення полягає в тому, що послуги, які охоплюють декілька «ланок» постачання «від дверей до дверей», надаються однією стороною, і, звичайно ж, стають менш витратними та більш ефективними, аніж, коли той самий пакет послуг розподіляється між декількома сто-

ронами-виконавцями, кожна з яких намагається максимізувати свій прибуток на своїй окремій ділянці транспортного ланцюга [148].

Спираючись на світовий досвід, можна констатувати, що мультимодальне перевезення є сучасним способом доставки вантажів в основу якого покладено логістичні принципи та концепції, що є невід’ємною умовою розвитку зовнішньоторговельних відносин сьогодення. Перспективність та переваги існування такого способу транспортування вантажів не визивають сумнівів [125].

Як зазначалось, здійснення перевезення на мультимодальній основі обумовлює використання більш ніж одного виду транспорту. Тому наступним важливим етапом дослідження є виокремлення основних різновидів мультимодальних перевезень (рис. 1.10).

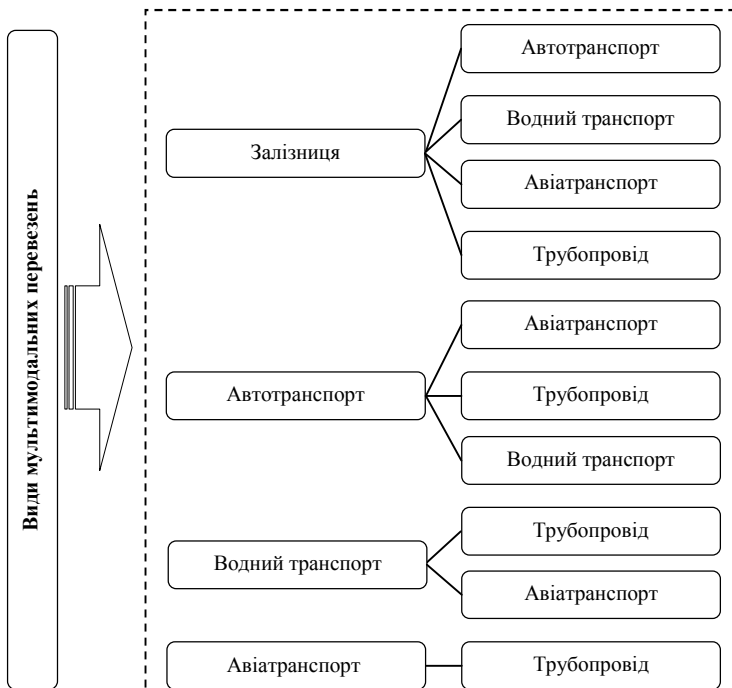


Рис. 1.10. Різновиди мультимодальних перевезень*

* розроблено авторами

В Україні найбільш активно використовуються мультимодальні перевезення вантажів з використанням автомобільного,

залізничного та морського видів транспорту. Набуває поступового поширення практика залучення до зазначених вантажних перевезень повітряного флоту [148].

Деякі перевезення вимагають розгляду варіантів доставки з точки зору строків доставки чи вартості. Наприклад, перевезення вантажів у багатотоннажних контейнерах дозволяє на автомобільному транспорті перевезти вантаж ефективно на відстань до 600 км і більше, в більш короткі строки, але така відстань є сферою ефективного використання залізничного транспорту. У зв'язку зі складною технологією залізничного транспорту можливе виникнення затримок, через збір певного тоннажу і формування потягу на даному напрямку, більш того, на залізницю вантаж необхідно, як правило, підвезти іншим видом транспорту (частіше за все це автомобільний транспорт).

У країнах з розвинутою економікою, мультимодальні системи розглядаються, як ефективні, засновані на останніх досягненнях науки і техніки. Саме тому великі вітчизняні та міжнародні транспортні організації інтенсивно застосовують такі системи, при цьому удосконалюють стратегії їх розвитку[149].

Забезпечення ефективного функціонування та оптимального розвитку мультимодальної системи перевезення вимагає реалізації низки принципів, загальними з яких є: єдине комерційно-правове поле; комплексність вирішення фінансово-економічних аспектів функціонування системи; інформаційне забезпечення всіх ланок перевізного процесу; організаційна та технологічна взаємодія, координація та синхронізація роботи всіх ланок перевізного процесу; кооперація всіх учасників мультимодальної системи перевезення; комплексний розвиток інфраструктури різних видів транспорту. [66; 96; 125]. Характеристика загальних принципів функціонування мультимодальної системи перевезення наведено в таблиці 1.12.

Відзначимо, що навколо теми мультимодальних перевезень розгортається багато дискусій, адже така система має як багато переваг, так і недоліків. До основних переваг мультимодальних перевезень можна віднести наступні:

- доставка вантажу в якомога коротші терміни «від дверей до дверей»;
- замовник оформляє всього один договір;
- прискорення митних та інших бюрократичних процедур;
- надійне збереження перевезених вантажів;
- єдиний відповідальний за доставку вантажу;

- відстеження та контроль прямування вантажу;
- ефективне використання технічних можливостей морських та залізничних терміналів;
- більша конкурентоспроможність порівняно з альтернативними видами транспорту у вартості перевезення;
- гнучке реагування на будь-які зміни ринку вантажоперевезень, дотримуючись інтересів замовників тощо;
- скорочення витрат – співпраця всього з однією компанією обійдеться в підсумку дешевше, ніж укладання договорів з декількома різними перевізниками;
- зниження термінів – об'єднання різних видів транспорту дозволяє значно скоротити час проходження вантажу;
- можливість доставки вантажу в будь-яку, необхідну замовнику (відправнику) точку світу, незалежно від відстані та континенту. При цьому підбір транспорту дозволить оптимізувати співвідношення час / вартість доставки [84; 96].

Таблиця 1.12

**Загальні принципи функціонування
мультимодальної системи перевезення***

Назва принципу	Основні положення
1. Єдине комерційно-правове поле	Удосконалення правил перевезень вантажів у міжнародному сполученні на всіх видах транспорту з метою їх спільного використання залежно від обраного критерію ефективності функціонування мультимодальної системи в сучасних умовах зовнішньоторговельних відносин; спрощення митних формальностей і процедур; розробка та впровадження уніфікованих перевізних документів міжнародного зразку для роботи як на внутрішньому, так й зовнішньому ринку транспортно-логістичних послуг та ін.
2. Комплексність вирішення фінансово-економічних аспектів функціонування системи	Розробка та встановлення уніфікованих тарифних правил перевезення транзитних та зовнішньоторговельних вантажів у міжнародному сполученні; розробка методу оптимального розподілу наскрізного фрахту між усіма ланками ланцюга доставки вантажу; розробка та запровадження механізму фінансової відповідальності за порушення якості послуг та ін.
3. Інформаційне забезпечення всіх ланок перевізного процесу	Інформатизація є необхідною умовою функціонування мультимодальної системи перевезення вантажів, що забезпечує планування, управління, моніторинг та контроль руху вантажу на всіх етапах ланцюга доставки «від дверей до дверей»

Продовження таблиці 1.12

Назва принципу	Основні положення
4. Організаційна та технологічна взаємодія, координація Та синхронізація роботи всіх ланок перевізного процесу	Ефективність мультимодальної системи суттєво залежить від її організації. Гарантом та організатором скоординованої, узгодженої та синхронізованої роботи всіх ланок процесу доставки вантажів є оператор мультимодального перевезення вантажів. Оператор мультимодальних перевезень організовує доставку вантажу за єдиним транспортним документом, що дозволяє забезпечити відповідний рівень якості обслуговування, безпеки транспортування та схоронності вантажу за єдиною наскрізною ставкою фрахту
5. Кооперація всіх учасників мультимодальної системи перевезення	Кооперація передбачає співробітництво декількох суб'єктів господарської діяльності на основі добровільних договірних відносин з метою підвищення загальної конкурентоспроможності. Формування зв'язків на умовах кооперації дозволяє: підвищити рівень конкурентоспроможності окремих ланок ланцюга доставки вантажу за рахунок взаємної підтримки інших учасників перевізного процесу і скорочення загальносистемних витрат на надання транспортнологістичних послуг; підвищення іміджу учасників перевізного процесу; формування гнучкої тарифної політики; досягнення синергічного ефекту мультимодальної системи перевезення та ін.
6. Комплексний розвиток інфраструктури різних видів транспорту	Можливість застосування передових технологій перевізного процесу визначається рівнем розвитку транспортної інфраструктури, яку можна розділити на два основні елементи – термінальні комплекси й транспортні шляхи. Ефективність мультимодальної системи перевезення й сама можливість її функціонування (через різну потужність вантажопотоків і швидкості доставки) залежить від наявності місця в транспортній системі й функцій терміналів, що забезпечують обробку вантажних потоків. Комплексний розвиток транспортної інфраструктури базується на стандартизації комплектів вантажів (тарі), транспортних засобів, вантажно-розвантажувальних машин і механізмів тощо

*сформовано за [66; 96; 125]

Крім визначених переваг, мультимодальні міжнародні вантажоперевезення фактично мають один недолік – успіх процесу транспортування безпосередньо і повністю залежить від досвід-

ченості і компетентності транспортної компанії. Адже організувати мультимодальне перевезення, узгодивши всі етапи транспортування різними компаніями і видами транспорту – процес дуже складний, особливо, коли мова йде про швидкопсувні, негабаритні і великовагові вантажі. Будь-які неточності при плануванні маршруту приведуть до простою і збитків, а неправильне складання документів (а в різних країнах законодавство може відрізнятися дуже суттєво) – не просто до штрафу, а й навіть арешту вантажу [84].

Відзначимо, що розвиток мультимодальних перевезень в будь-якій країні повинен спиратися на взаємодію трьох ключових партнерів, які приймають активну участь в процесі транспортування вантажів у змішаному сполученні:

- держава, яка розробляє та запроваджує національні нормативно-правові акти щодо міжнародної торгівлі та перевезення;
- постачальники послуг, в т. ч. постачальники транспортно-логістичних послуг (перевізники, експедитори, оператори мультимодальних перевезень та ін.), які виконують операції з мультимодального перевезення відповідно з національною та міжнародною торгівельною та транспортною практикою; постачальники супутніх послуг, приймаючих участь у зовнішньоекономічних відносинах (банківські установи, лізингові та страхові компанії та ін.);
- споживачі транспортно-логістичних послуг.

Важливо підкреслити, що діяльність учасників-партнерів по мультимодальним перевезенням вантажів не обмежується тільки впливом кожного з них на процес транспортування, але й передбачає реалізацію певних заходів стосовно один одного з питань розвитку міжнародної торгівлі та транспорту. Типові напрями взаємодії учасників-партнерів по мультимодальним перевезенням представлені в таблиці 1.13 [125].

Діяльність наведених учасників охоплює не лише організаційно-економічні, комерційні або технологічні аспекти міжнародного перевезення, але й всі питання, щодо спрощення торговельних процедур та відповідальності за вантаж, що перевозиться, тобто вони сприяють розвитку мультимодальної системи транспортування вантажів [124].

Транспортний процес при мультимодальних перевезеннях складається з декількох послідовних етапів доставки та перевантаження вантажу з одного виду транспорту на інший зі включенням їх до загальної системи транспортування.

Таблиця 1.13

**Матриця взаємодії учасників-партнерів
з мультимодальних перевезень***

Держава	Постачальники транспортно-логістичних послуг	Споживачі транспортно- логістичних послуг
<i>Держава</i>		
– спрощення митних процедур та формальностей; – лібералізація контролю За валютними операціями тощо	– надання транспортної інфраструктури; – запровадження юридичних вимог (ліцензій); – прийняття системи фінансових застав за виконання угоди; – лібералізація послуг тощо	– розробка та запровадження стратегії розширення експорту; – розробка та запровадження стратегії заміни імпорту; – запровадження ефективної системи митного очищення та зберігання вантажів та ін.
<i>Постачальники транспортно-логістичних послуг</i>		
– лобіювання/здійснення тиску на користь розробки та запровадження необхідних нормативно-правових актів	– забезпечення зростання компетентності Та професіоналізму профільних організацій; – пошук та реалізація ефективних методів логістичного управління системою транспортно-логістичних послуг; – запровадження інноваційних технологій у перевізний процес та ін.	– маркетинг транспортно-логістичних та торгово-економічних послуг; – встановлення стійких зв'язків з потенційною клієнтурою; – оцінка вимог споживачів та створення умов щодо їх задоволення тощо
<i>Споживачі транспортно-логістичних послуг</i>		
– лобіювання/здійснення тиску на користь розробки та запровадження необхідних нормативно-правових актів	– довгострокове партнерство с обраним постачальником транспортно-логістичних послуг; – підвищення рівня інформатизації технологічних процесів; – пошук вигідних конкурентних пропозицій та ін.	– удосконалення процедур застосування комерційної практики; – встановлення стійких партнерських зв'язків з вантажовідправниками; – найкраще розуміння вимог до товарів та ін.

* розроблено авторами

Саме тому, мультимодальні перевезення необхідно розглядати з точки зору системного підходу в якості складних систем,

для яких характерно комплексний розвиток всіх видів транспорту, термінального та складського господарства, митної та фінансової інфраструктур, нормативно-правового забезпечення, технологій інформаційного та телекомунікаційного супроводу вантажопотоку. Наявність оператора мультимодального перевезення дозволяє забезпечити цілісність та єдність системи [22].

З погляду системних уявлень, мультимодальну систему перевезень вантажів (МСПВ) потрібно досліджувати з різних аспектів, а саме: макро- та мікроскопічного, ієрархічного, функціонального та процесного. При цьому, з процесного погляду МСПВ розглядається як динамічний об'єкт, а з інших як статична система.

Макроскопічний погляд на МСПВ дає змогу розглянути її як складову транспортно-логістичну систему держави, виявити та проаналізувати зв'язки з зовнішнім середовищем, а також розробити стратегічні напрями розвитку в межах транспортної концепції держави. Мікроскопічне уявлення МСПВ засноване на її дослідженні як сукупності підсистем та елементів, а також зв'язків, що існують між ними. Таким чином можна оцінити параметри внутрішнього середовища системи та розробити ефективну систему її управління.

Функціональний підхід спрямований на визначення МСПВ як сукупності дій (функцій), необхідних для реалізації перевізного процесу. Отже, організація функціонування системи забезпечується завдяки оптимальній взаємодії елементів, серед яких: будівлі, споруди, технічні засоби, обладнання, персонал.

Ієрархічне уявлення МСПВ засноване на уявленні її у вигляді сукупності одиниць, що складають системну ієрархію.

В ієрархічному плані виділяються такі рівні підсистеми та елементи МСПВ: підсистема управління МСПВ, оператори та постачальники транспортно-логістичних послуг, об'єкти транспортно-логістичної інфраструктури. Кожний з цих компонентів має функціональну специфіку МСПВ у цілому і, водночас, має свої специфічні, нормативні, організаційні основи і види забезпечення, що вимагають своєї розробки та планування.

Процесний підхід до формування МСПВ передбачає розгляд системи у вигляді сукупності процесів, що забезпечують її функціонування та розвиток. Процеси функціонування виділяють з точки зору виконання МСПВ генеральної мети – забезпечення перевезення вантажів. Розвиток передбачає реалізацію процесів стосовно шляхів формування та розвитку МСПВ (реконструкція, роз-

ширення, збільшення пропускної здатності тощо), а також чинників, що впливають на їх запровадження [124].

Досить важливим питанням є безпосереднє планування всіх етапів процесу мультимодального перевезення. На підставі аналізу західного досвіду, пропонуємо наступні основні аспекти планування мультимодального проекту (рис. 1.11):

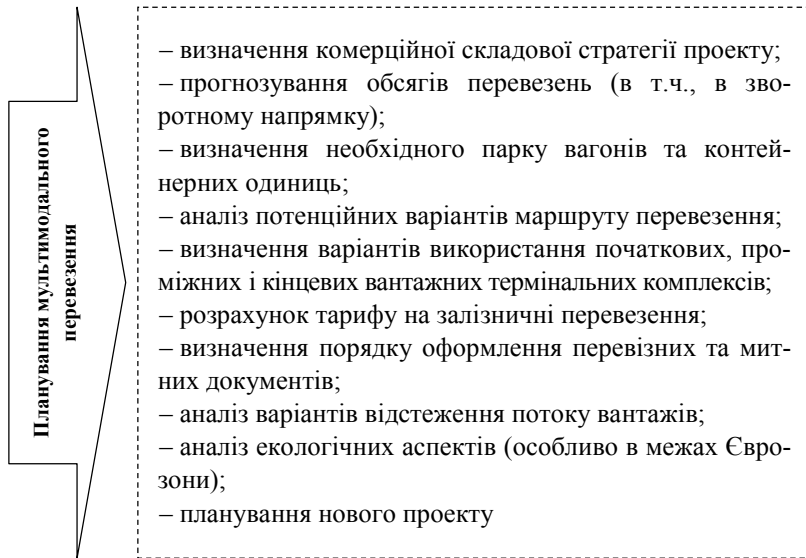


Рис. 1.11. Ключові складові процесу планування мультимодального перевезення

* сформовано на основі [5]

Основним завданням у процесі формування мультимодальної системи перевезення є комплексний розвиток усіх її підсистем та елементів. Так, з погляду системного підходу, мультимодальну систему доставки вантажів доцільно розглядати як складову підсистему транспортно-логістичної системи країни, що включає в себе:

- мультимодальну транспортну мережу (мережа різних видів транспорту, що забезпечують мультимодальне перевезення);
- мультимодальні (міжнародні) транспортні коридори;
- об'єкти мультимодальної транспортної інфраструктури (мультимодальні транспортні вузли) [124].

Варто зазначити, що особливе місце в мультимодальній системі займають об'єкти транспортної інфраструктури, які забез-

печують виконання технологічних процесів обробки вантажів у процесі перевезень та повинні відповідати таким основним умовам:

1) знаходження на перетині декількох транспортних шляхів різних видів транспорту (автомобільний, залізничний, водний, повітряний, трубопровідний);

2) розвиненість різних видів транспорту на території формування мультимодального транспортного вузла;

3) наявність потужного складського і термінального комплексів для переробки різних типів вантажів та вантажних одиниць, у тому числі контейнерів;

4) наявність митної інфраструктури, здатної забезпечити митне супроводження вантажопотоків;

5) наявність фінансової інфраструктури (філій банків, страхових компаній) для надання страхових та фінансових послуг;

6) наявність розвинутої інформаційної інфраструктури для забезпечення інформаційної підтримки та керування технологічними процесами обробки вантажів тощо [124].

Беручи до уваги європейський досвід мультимодальних перевезень, формування та розвиток даного виду перевезень в Україні є досить актуальним та потребує вирішення низки питань, пов'язаних з організацією перевезень за вже існуючими та новими маршрутами, насамперед через гармонізацію з нормами ЄС.

Через складну геополітичну ситуацію автомобільний та залізничний транспорт переорієнтував свої транспортні потоки в напрямку Заходу, а ті компанії котрі працюють в напрямку Казахстану та Киргизстану і повинні виконувати свої контрактні зобов'язання були змушені шукати альтернативні шляхи.

Зрозуміло, що робота транспортного комплексу є віддзеркаленням стану економіки країни, яка зараз знаходиться не в найкращому стані. Враховуючи загальну тенденцію до зближення України із Західною Європою, в майбутньому швидке зростання товарообігу з Євросоюзом, а також набрання чинності з 01 січня 2016 року Угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС. З часу вступу в силу цієї угоди ЄС став основним торговельним партнером для України.

Доцільно відзначити, що у світі Україна посідає 4-те місце (після США, Росії, Канади) за показником експлуатаційної довжини залізничних колій загального користування. Залізнична мережа України в Європі є однією з найпотужніших, ще в 1990-х вона за вантажонапруженістю займала перше місце. Україна володіє та-

кож розвиненою інфраструктурою залізничного та водного транспорту. Через Україну проходять Міжнародні транспортні коридори, зокрема: пан'європейські транспортні коридори № 3, 5, 7, 9, коридори Організації співробітництва залізниць № 3–5, 7, 8, 10 та транспортний коридор Європа–Кавказ–Азія (ТРАСЕКА), який забезпечує сполучення Західної Європи через Чорне море, Кавказ і Каспійське море із Центральною Азією.

Для максимального використання транспортного потенціалу України, зокрема й як транзитної держави, необхідно створити клієнтоорієнтовану систему транспортного обслуговування та вжити заходів щодо забезпечення ефективної організації роботи транспортно-дорожнього комплексу країни і отримати синергетичний ефект від ефективного поєднання потенціалу та можливостей усіх видів транспорту на основі партнерсько-конкурентних засад під час здійснення перевезень.

Для формування аспектів розвитку мультимодальних перевезень в Україні необхідно активізувати роботу у двох напрямках: нормотворча діяльність та розбудова необхідної інфраструктури України [22]. Щодо першого напрямку, то при організації мультимодальних перевезень Україна повинна керуватися:

- законодавством про транспорт і законодавством за видами транспорту;
- законодавством, що регулює відносини, пов'язані з перевезенням вантажів і пасажирів у прямому змішаному сполученні;
- міжнародними угодами та конвенціями за видами транспорту [48].

Щодо правового регулювання мультимодальних перевезень на міжнародному рівні, то сьогодні єдиним прийнятим міжнародними інституціями документом, що визначає обмеження відповідальності перевізника (а точніше – оператора змішаного перевезення) при міжнародних змішаних перевезеннях, є Правила ЮНКТАД/МТП щодо документів змішаних перевезень. Конвенція про змішані перевезення вантажів 1980 р. досі не набула чинності та, зважаючи на низьку активність держав щодо її підтримки, у близькому майбутньому її не набуде, незважаючи на достатню «проробленість» усіх питань, пов'язаних з такими перевезеннями. Необхідно відзначити, що сучасні Правила ЮНКТАД/МТП увібрали у себе принципи, закріплені і Токійськими правилами, і Конвенцією 1980 р. та ґрунтуються на їх нормах. Проте, зважаючи на необов'язковість цих Правил, а також на те, що вони не охоп-

люють ту частину змішаних перевезень, що виконується морським транспортом та не набуття чинності Роттердамськими правилами, нагальність вироблення єдиного погодженого та підтриманого державами документа щодо змішаних перевезень досі стоїть на порядку денному та потребує свого вирішення [145].

Відзначимо, що розвиток вітчизняних змішаних перевезень зазнає значних труднощів через низький рівень правової урегульованості даного питання. Важливими завданнями для подальшого впровадження та розвитку мультимодальних перевезень в Україні є застосування до міжнародних мультимодальних перевезень спрощених митних процедур та вдосконалення нормативно-правового регулювання мультимодальних перевезень.

Одним з пріоритетних напрямків розвитку законодавства у сфері комбінованих перевезень є прийняття закону України «Про мультимодальні перевезення». КМУ на своєму засіданні 20 листопада 2019 р. схвалив законопроект «Про мультимодальні перевезення», який імплементує положення Директиви Ради Європейського Союзу про встановлення спільних правил для окремих видів комбінованих перевезень вантажів між державами-членами.

Зазначимо, що міністр інфраструктури України В. Криклій відзначив, що Україна має реалізувати свій транзитний потенціал і стати транспортним хабом, що об'єднає Європу з Азією, використовуючи для цього всі можливості, які надають сучасні цифрові технології, та мультимодальні перевезення.

Проект Закону «Про мультимодальні перевезення» спрямований на приєднання країни до Угоди про розвиток мультимодальних перевезень Transport Corridor Europe-Caucasus-Asia (TRACECA) – міжнародної транспортної програми за участю Європейського Союзу та 14 держав-членів Східноєвропейського, Кавказького та Центральноазіатського регіонів.

У законопроекті закріплюється право учасників мультимодальних перевезень здійснювати перевезення вантажу на підставі укладання єдиного договору щодо всіх етапів перевезення незалежно від зміни видів транспорту та здійснювати перевезення вантажу за одним перевізним документом до якого сторони дійшли згоди.

Передбачається, що під час надання послуг з мультимодального перевезення вантажів відповідальність оператора за вантаж перед замовником послуги охоплює період з моменту прийняття ним вантажу до моменту його видачі. Це дає змогу зменшити обсяги використання автомобільного транспорту та використовуву-

вати більш екологічні способи перевезення, чим створюються передумови для зміцнення та збереження здоров'я людей [136].

Згідно запропонованого законопроекту, мультимодальні перевезення визначаються як перевезення, при яких використовуються два і більше видів транспорту, але при цьому організовані під відповідальністю одного оператора на основі єдиного договору на мультимодальні перевезення. Крім того, законом дано визначення кільком важливим поняттям:

- етап мультимодального перевезення – відрізок шляху, на якому перевезення виконується одним видом транспорту;

- маршрут мультимодального перевезення – визначений договором мультимодального перевезення шлях перевезення вантажу;

- замовник послуг мультимодального перевезення – вантажовідправник (це може бути як юридична, так і приватна особа), який згідно з договором (особисто або через посередника/представника) доручає оператору мультимодального перевезення організувати і провести мультимодальні перевезення вантажів;

- оператор мультимодальних перевезень – суб'єкт господарювання, який уклав договір мультимодального перевезення і виступає в якості експедитора і перевізника на весь час його виконання;

Законодавче регулювання мультимодальних перевезень направлено на вирішення декількох завдань:

- забезпечити реалізацію єдиної політики, спрямованої на формування ринку таких перевезень шляхом реалізації єдиної інвестиційної, економічної, інноваційної та науково-технічної політик;

- створення рівних можливостей для всіх суб'єктів господарської діяльності в сфері мультимодальних перевезень та заохочення конкуренції;

- залучення інвестицій для розвитку таких перевезень;

- захистити законні та економічні інтереси суб'єктів господарювання.

Законом передбачена державна підтримка галузі мультимодальних перевезень, яка повинна стимулювати розвиток логістично-транспортної інфраструктури цього виду перевезень. Крім того, прийняття закону має створити умови для залучення інвестицій. Окремо в законі передбачено можливість надання податкових пільг, а також спеціальних (особливих) податкових режимів для операторів, що виконують мультимодальні перевезення.

Ухвалення закону в перспективі призведе до залучення додаткових вантажопотоків і збільшення транзитних вантажоперевезень [16], а також сприятиме наступним вигодам:

- спрощена процедура перевезення вантажу двома або більше видами транспорту;

- правове підґрунтя та державна підтримка для розвитку мультимодальних перевезень в Україні з урахуванням досвіду та найкращої практики держав-членів Євросоюзу, що надалі розвиватиме ринок послуг комбінованих перевезень (більша частина маршруту приходить на внутрішній водний, морський, авіаційний або залізничний шляхи, а відрізок маршруту автомобільними шляхами є максимально коротким;

- врегулювання питань відповідальності перед вантажовідправником за пошкодження та знищення чи втрату вантажу.

Як наслідок, відбуватиметься розвиток транспортно-логістичної інфраструктури у сфері мультимодальних перевезень, зокрема, шляхом створення інвестиційно сприятливого клімату для розбудови мережі мультимодальних терміналів, а також збільшаться обсяги перевезень вантажів територією України енергоефективними видами транспорту[33].

Вважаємо, що нагальною потребою для України, як транзитної країни, є створення якісного правового механізму, який матиме реальний ефект, при цьому враховуватиме інтереси перевізників, експедиторів та вантажовласників. Це важливо для забезпечення формування та реалізації комплексної політики ринку послуг у сфері мультимодальних перевезень.

Отже, як було сказано, розвиток мультимодальних перевезень визначається існуючим попитом на даний вид послуг, обсягами замовлень, асортиментом вантажів, умовами постачання, вимогами споживача, а також маршрутами доставки. Слід зауважити, що на сучасному етапі в Україні, такий спосіб організації доставки вантажів знаходиться на початковій стадії і активний його розвиток гальмується з-за наявності певних проблем, усунення яких передбачає запровадження відповідних заходів. Основними причинами, що стримують розвиток мультимодальних перевезень в Україні, є:

- недосконалість нормативно-правового врегулювання питань мультимодальних перевезень;
- низький рівень надання транспортних послуг;
- відсутність системного підходу до розвитку всіх видів транспорту;

- недостатній рівень конкуренції на ринку надання транспортних послуг;
- неефективне впровадження систем управління якістю та моніторингу їх дотримання;
- високий рівень зношеності основних засобів;
- недостатня кількість рухомого складу;
- втрата традиційних транзитних вантажопотоків;
- відсутність комплексного підходу до розвитку мультимодальних перевезень, низький рівень контейнеризації;
- недостатній рівень впровадження інтегрованих інформаційних систем для пасажирів та вантажовласників;
- недостатній рівень координації та планування видів транспорту, відсутність розвинутої мережі транспортно-логістичних центрів, а також інституту мультимодальних операторів;
- низький рівень впровадження сучасних технологій та реалізації інноваційної політики в галузі транспорту;
- низький рівень впровадження енергозберігаючих технологій;
- тенденція до зниження ефективності використання пропускнуєї спроможності залізничної інфраструктури;
- відсутність ефективної системи габаритно-вагового контролю та належного рівня відповідальності за порушення вимог щодо габаритно-вагового контролю;
- недостатній рівень та невідповідність глибин в окремих морських портах та на окремих ділянках внутрішніх водних шляхів паспортичним характеристикам;
- низька економічна привабливість використання судновласниками українського прапора;
- неоптимальна структура парку автобусів та вантажних автомобілів;
- недостовірні статистика автомобільних перевезень;
- диспропорція між рівнями розвитку потужностей портів по переробці вантажів та залізничної інфраструктури;
- високі ризики мультимодальних операторів при організації таких перевезень на значні відстані за участю двох і більше видів транспорту тощо [22; 96].

Подолання вказаних проблем та розвиток мультимодальних перевезень є одним з пріоритетних напрямків «Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року». Стратегія, зокрема, передбачає наступні кроки:

- збільшення частки контейнерних та контрейлерних перевезень, широке впровадження мультимодальних та інтермодальних технологій у перевізний процес, інтероперабельність транспортних систем у складі ланцюгів поставок;

- удосконалення технології організації мультимодальних перевезень, зокрема, шляхом формування мультимодальних транспортно-логістичних систем та відповідних інфраструктурних комплексів (портових комплексів, логістичних центрів, «сухих» портів, перевантажувальних комплексів);

- формування нормативно-правової бази розвитку інтермодальних, мультимодальних перевезень, транспортної логістики;

- стимулювання розвитку мультимодальних перевезень шляхом створення сприятливих умов для вантажовласників та перевізників, зокрема й на законодавчому рівні;

- створення мережі маршрутів регулярних контейнерних та контрейлерних вантажних поїздів, в першу чергу, на міжнародних напрямках;

У результаті виконання цих кроків передбачається досягнення таких цілей:

- входження морських портів України до ТОП-100 найбільших контейнерних портів світу;

- збільшення транзиту контейнерів через територію України до 1 млн TEU/на рік у 2025 р., та до 2 млн TEU/на рік у 2030 р.;

- досягнення рівня контейнеризації перевезень 10 % у 2025 р. та 20 % у 2030 р.;

- входження у 2025 р. у ТОП-50, а у 2030 р. – у ТОП-20 світового рейтингу за індексом логістичної ефективності.

Досягнення цих амбітних цілей передбачається, в першу чергу, за рахунок посилення позицій України у Чорноморському регіоні, яким проходить один з можливих маршрутів «нового шовкового шляху» ТМТМ. Саме з цим напрямком наша держава пов'язує великі сподівання щодо збільшення обсягів транзитних перевезень[17].

Проведене дослідження міжнародного досвіду в галузі використання транспортно-логістичного сервісу та сучасних технологій організації доставки вантажів на міжнародному рівні дозволило виявити основні напрямки забезпечення ефективного руху вантажопотоків, проаналізувати існуючі глобальні вантажопровідні мережі і, на цій основі, констатувати про доцільність та перспективність застосування мультимодальних перевезень як для дер-

жави, так й для учасників ланцюга доставки вантажів «від дверей до дверей» (рис. 1.12) [125].



Рис. 1.12. Переваги використання мультимодальних перевезень для держави та інших учасників ланцюга доставки вантажів*
*сформовано авторами

Як відзначалось, принцип мультимодального перевезення полягає в тому, що лише одна сторона надає послуги з декількох ланок ланцюга доставки «від дверей до дверей», а це може бути дешевше та ефективніше, аніж дроблення цих послуг між декількома сторонами-виконавцями, кожен з яких буде намагатися отримати

мати максимально можливий прибуток на своєму окремому компоненті ланцюга. За цією концепцією на отримання економічної користі буде націлений весь ланцюг доставки вантажів і всі учасники перевізного процесу будуть зацікавлені в реалізації своїх інтересів та вигід [125].

Підкреслимо, що транзитний потенціал України не використовується в повній мірі, про що свідчить значне падіння обсягів транзитних перевезень в останні роки. Світовий ринок мультимодальних перевезень наразі динамічно розвивається, зокрема, зростають обсяги контейнеро-потоків між Китаєм та ЄС. В цих умовах розвиток мультимодальних перевезень може стати для України необхідною базою для залучення додаткових обсягів транзитних вантажів, і, відповідно, збільшення надходжень до державного бюджету.

Необхідною умовою зростання транзитних перевезень є створення сучасних мультимодальних центрів на західному кордоні країни. З цією метою держава має залучати як українських, так і закордонних інвесторів, надаючи їм відповідні умови та гарантії для розвитку бізнесу.

Побудова ефективної конкурентоспроможної мультимодальної транспортної системи дозволить реалізувати та зміцнити транзитний потенціал України, перетворивши її на сучасний міжнародний транспортний ХАБ між Європою та Азією.

В результаті проведених досліджень встановлено, що великою проблемою, а також головним завданням для нашої країни виступає формування окремих підприємств з різними видами транспортних послуг у єдиний механізм мультимодальних перевезень у відповідності з новітніми тенденціями розвитку економічної та транспортної систем. Адже, останнім часом механізм організації мультимодальних перевезень та його удосконалення виступає однією з важливих підсистем транспортної галузі, що сприяє стабільному розвитку економіки.

В результаті проведених досліджень встановлено, що розвиток мультимодальних перевезень в Україні є перспективним напрямом формування ефективної транспортно-логістичної системи країни. Мультимодальні перевезення є сучасною концепцією транспортування вантажів, яка передбачає організаційно-технологічну взаємодію, синхронізацію та координацію всіх учасників ланцюга доставки для досягнення синергійного ефекту перевізного процесу.

Запропоновані заходи дозволять побудувати стратегічні засади розвитку комбінованої транспортної системи, покращити

якість транспортних послуг, а також дасть змогу отримати синергетичний ефект від ефективного поєднання потенційних можливостей усіх видів транспорту на основі партнерсько-конкурентних засад під час здійснення перевезень.

1.5. Митне, страхове та правове регулювання у логістичних системах

Митна справа в Україні є однією з найдинамічніших галузей державної діяльності, яка знаходиться у стані постійного розвитку та удосконалення, відтак для держави особливо актуальною є потреба пошуку нових шляхів підвищення її ефективності. При цьому, усе більш відчутним стає відставання митного контролю від сучасних потреб пропускну здатності та світових стандартів контролю товару. Логістична функція митного контролю охоплює дві складові:

- 1) логістизацію процесу митної переробки вантажів;
- 2) митну діяльність транспортно-логістичних компаній – як іноземних, що діють в Україні, так і українських [81, с. 26].

Одним із способів реалізації цих функцій є впровадження у митну практику логістичних прийомів, які повинні бути нормативно закріплені, і від рівня правового регулювання їх застосування багато в чому залежить адекватність та якість митного регулювання в нашій країні.

Митна логістика – достатньо новий науково-практичний напрямок, який у самому загальному розумінні являє собою теорію та практику підвищення ефективності реалізації митної справи України через оптимізацію управління зовнішньоекономічними (експортно-імпортними) потоками. Логістизація митної справи, тобто впровадження до її інструментарію логістичних прийомів та засобів, – безперервний процес, який охоплює усі складові цього багатоманітного виду державної діяльності, в першу чергу процедури митного контролю та митного оформлення [81, с. 27].

Зародження та розвиток митної логістики розпочалися в нашій державі з прийняттям першого Митного кодексу (далі – МК) незалежної України, який серед основних завдань митних органів називав удосконалення митного контролю і оформлення товарів та інших предметів, що переміщуються через митний кордон України, а також створення сприятливих умов для прискорення товарообігу

та пасажиропотоку через митний кордон країни. Закріплення цих положень на рівні закону було не що інше, як визнання державою необхідності застосування основних принципів логістики при реалізації таких складових митної справи України, як митний контроль та митне оформлення. Хоча сам термін «митна логістика» почав уживатися набагато пізніше. Згідно з п. 9 ст. 11 чинного Митного кодексу (далі – МК) України одним із завдань митних органів є створення сприятливих умов для прискорення товарообігу та пасажиропотоку через митний кордон України [78]. Таким чином, МК України 2002 р. продовжив практику впровадження принципів логістики до митної справи України, тобто її логістизації. Однак реалізація логістичного підходу до митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, закріпленого у МК України, можлива лише за наявності належної нормативно-правової бази. Так, ще у 1999 р. КМУ була прийнята Постанова «Про сприяння зовнішньоекономічній діяльності» (далі – Постанова) № 593). Цим документом Держмитслужбі України надавалося право під час провадження окремо визначеними підприємствами – резидентами України зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) не застосовувати під час митного оформлення товарів і транспортних засобів заходів нетарифного регулювання та інших обмежень, а згодом також встановлювати спрощений порядок застосування процедур митного контролю та митного оформлення [112].

На виконання цієї постанови Держмитслужбою України разом з Мінекономіки України та Державною податковою адміністрацією України були затверджені Критерії оцінки та Порядок визначення підприємств-резидентів України, під час провадження якими зовнішньоекономічної діяльності застосовується режим сприяння [109], а також Критерії оцінки підприємств-резидентів, щодо товарів яких може встановлюватися спрощений порядок застосування процедур митного оформлення [108].

У 2009 р. Держмитслужба розробила та затвердила Наказом № 735 нові критерії оцінки підприємств-резидентів, до товарів і транспортних засобів яких може встановлюватися спрощений порядок застосування процедур митного контролю та митного оформлення [107], продублювавши окремі положення попереднього документа. Крім того, Держмитслужба встановила, як того вимагала Постанова, новий Порядок визначення підприємств – резидентів України, щодо товарів яких може встановлюватися спрощений порядок застосування процедур митного контролю та митного

оформлення [110]. Специфікою цього Порядку з поміж іншого є встановлення трирівневої системи довіри митних органів до підприємств-резидентів: високий ступінь довіри (так званий «білий список»), достатній рівень довіри (так званий «зелений список») та невстановлений ступінь довіри. Рівень довіри встановлюється за сумою балів, набраних за результатами оцінювання підприємства митним органом [82, с. 401].

Підприємствам, які входять до «білого» списку, надаються такі преференції:

- не здійснюється митний огляд у пункті пропуску через державний кордон України, але здійснюється вибірковий митний огляд у митниці призначення/ відправлення відповідно до ст. 42 МК України, якщо безпосереднім відправником або отримувачем таких товарів і транспортних засобів є це підприємство;

- не застосовуються до товарів, безпосереднім відправником чи отримувачем яких є підприємство, відповідний перелік окремих положень нормативно-правових актів Держмитслужби, який встановлений Наказом ДМСУ «Про затвердження Порядку визначення підприємств – резидентів України, щодо товарів яких може встановлюватися спрощений порядок застосування процедур митного контролю і митного оформлення» від 10.08.2009 р. № 736 [19].

У перспективі планується для таких підприємств спростити процедуру отримання погодження місця здійснення митного оформлення товарів [116], у разі якщо суб'єкт ЗЕД вважає за доцільне пред'являти товари до митного оформлення іншому митному органу, ніж митний орган, у зоні діяльності якого він розташований.

Унесенням до «зеленого» списку підприємствам надаються такі переваги:

- здійснюється вибірковий митний огляд у митниці призначення/відправлення відповідно до ст. 42 МК України, якщо безпосереднім відправником або отримувачем таких товарів і транспортних засобів є це підприємство;

- незастосування до товарів, безпосереднім відправником чи отримувачем яких є підприємство, відповідного переліку окремих положень нормативно-правових актів Держмитслужби у скороченому варіанті.

Це переконливо свідчить про постійну еволюцію механізму правового регулювання митних процедур, їх спрощення та оптимізацію, поступове наближення відносин між митницею та суб'єктами ЗЕД до партнерських.

У зв'язку з цим не можна не погодитись із думкою Є.В. Додіна про те, що спроба стимулювання законослухняної діяльності суб'єктів ЗЕД через встановлення для них нових форм взаємовідносин із митними органами на основі принципу диспозитивності не була доведена до логічного завершення у зв'язку з підсвідомим небажанням митної системи (а може, і свідомим) обмежити свої владні повноваження в митній сфері [34].

Важливу роль в логістизації митної справи та у власне в митній логістиці відіграє транспортне страхування, що включає сукупність способів страхування від небезпек, що виникають на всіх видах шляхів сполучення. Об'єктом транспортного страхування можуть бути як самі транспортні засоби (КАСКО), так і вантажі (КАРГО) [52].

Розрізняють такі основні види страхування у транспортній сфері митної логістики:

1. Обов'язкове:

– страхування відповідальності суб'єктів перевезення небезпечних вантажів на випадок настання негативних наслідків при перевезенні небезпечних вантажів – здійснюється відповідно до Положення «Про порядок і умови обов'язкового страхування відповідальності суб'єктів перевезення небезпечних вантажів на випадок настання негативних наслідків під час їх перевезення». Страхуваними ризиками є шкода, заподіяна життю, здоров'ю фізичних осіб, навколишньому природному середовищу, майну фізичних і юридичних осіб при перевезенні небезпечних вантажів;

– страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів (ОСЦВ). В Україні – має на меті забезпечити відшкодування непередбачених збитків, завданих дорожньо-транспортною пригодою життю, здоров'ю або майну. Об'єктом обов'язкового страхування цивільної відповідальності є цивільна відповідальність власників транспортних засобів за шкоду, заподіяну третім особам внаслідок дорожньо-транспортної пригоди. Йдеться про життя чи здоров'я громадян, їхнє майно і майно юридичних осіб.

Базовим принципом встановлення відповідальності особи є наявність вини цієї особи у завданні шкоди іншій особі (особам). При цьому вина має усвідомлюватися як ненавмисне спричинення шкоди іншим особам внаслідок недбалості, необережності або відсутності досвіду винуватця, що супроводжувалося невиконанням останнім установлених правил та нормативних документів.

Базова вартість поліса страхування визначається Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України і однакова для усіх страхових компаній. При розрахунку вартості поліса беруться до уваги такі чинники: тип транспортного засобу, місце реєстрації, стаж водія, кількість зазначених в договорі водіїв, термін дії договору.

Існує три типи договорів страхування ОСЦВ: I тип – на конкретний автомобіль і будь-якого водія; II тип – на будь-який автомобіль і одного певного водія; III тип – на конкретний автомобіль і декількох конкретних водіїв [13].

Договір страхування можна укласти на термін від 15 днів до 1 року. Розмір страхової суми, в межах якої будуть здійснюватися виплати, встановлюється згідно з чинним законодавством. Деякі страхові компанії пропонують збільшити ліміт відповідальності за договором ОСЦВ шляхом укладання договору добровільного страхування автоцивільної відповідальності, яким розширюється ліміт відповідальності додатково на суму від 25 до 250 тис. грн за певну доплату. За шкоду, заподіяну здоров'ю третьої особи внаслідок дорожньо-транспортної пригоди, страховик (страхова організація) здійснює виплату страхового відшкодування в межах страхової суми у разі:

- загибелі під час дорожньо-транспортної пригоди або смерті внаслідок її спадкоємцю третьої особи – у розмірі страхової суми;
- установа третій особі інвалідності I групи – в розмірі 100 % страхової суми, II групи – 80 %, III групи – 60 % цієї суми;
- тимчасової втрати третьою особою працездатності за кожен день у розмірі 0,2 %, але не більш як 50 % страхової суми.

У разі заподіяння шкоди майну третьої особи внаслідок дорожньо-транспортної пригоди, якщо суб'єкти страхування не дійшли згоди щодо розміру збитків, виплата страхового відшкодування здійснюється на підставі висновків експертизи, яка провадиться за рахунок страховика.

Якщо за рішенням судових органів дорожньо-транспортна пригода сталася через незадовільне експлуатаційне утримання автомобільних доріг, вулиць та залізничних переїздів або через інші перешкоди у здійсненні руху, страховик (страхова організація) виплачує третій особі страхове відшкодування і має право одержати відповідну компенсацію від юридичних та фізичних осіб, винних у створенні таких умов. Так, при міжнародних перевезеннях – аналогічний принцип дії.

Розрахунок розмірів страхових платежів за договорами міжнародного обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів проводиться залежно від типу транспортного засобу, строку дії договору страхування та держави, на яку поширюється дія договору страхування;

У разі укладення договору міжнародного обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власника наземного транспортного засобу, дія якого поширюється на держави-члени міжнародної системи автомобільного страхування «Зелена картка», застосовуються розміри страхових платежів, які обчислюються шляхом множення наведених у таблиці значень на офіційний обмінний курс гривні до євро, встановлений Національним банком на дату укладення договору. На випадок укладення договору міжнародного обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власника наземного транспортного засобу, дія якого поширюється на держави Східної Європи, які не є членами ЄС, наведені розміри страхових платежів зменшуються на 50 %.

Страхування залізничного транспорту. Об'єктом страхування є майнові інтереси страхувальника, пов'язані з володінням, користуванням, розпорядженням залізничним транспортом і що виникають унаслідок його пошкодження, знищення або втрати (у випадках краху, аварій, зіткнення або сходу з рейок, обвалу тунелів; пожежі, вибуху і удару блискавки; бурі, урагану; землетрусів, виверження вулкана або дії підземного вогню; обвалу, селів, гірського обвалу, повеней, просідань ґрунту, граду, злив; крадіжок, грабежу, розбою або протиправних дій третіх осіб; падіння пілотованих літальних апаратів або їх уламків і предметів з них; порушення технології навантажувально-розвантажувальних робіт [9].

2. Добровільне. Найбільш доцільним варіантом є КАСКО – страхування, яке передбачає компенсацію у разі пошкодження або конструктивного знищення транспортного засобу. Це обов'язок перевізника (власника ТЗ), воно ніяк не впливає на інтереси вантажовідправника, якщо, звичайно, він сам не є перевізником.

Програма «повне КАСКО» включає в себе страховий захист від таких ризиків: дорожньо-транспортної пригоди; крадіжки автомобіля; протиправних дій третіх осіб (навмисне викрадення, пошкодження чи знищення приладів, обладнання та окремих частин транспортного засобу, пошкодження чи знищення транспортного засобу шляхом порушення норм чинного законодавства України); стихійних явищ (удар блискавки, каменепад, зсув ґрунту, земле-

трус, паводок, просідання ґрунту, обвал, завал гірською породою, лавина, град, ураган, шторм, злива, смерч, падіння дерев); пожежі, вибуху; пошкодження тваринами та ін. Додатково може включати: страхування водія та пасажирів від нещасних випадків під час поїздки внаслідок ДТП, страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів на території України.

Кожен пункт угоди може конкретизуватися. Наприклад, «крадіжка ТЗ в будь-якому-місці в будь-який час» або «без обмежень порушення Правил дорожнього руху». Звичайно, це здорожчує поліс, проте гарантуються виплати за певних умов. Є варіанти, коли страховики пропонують КАСКО за програмою «вихідного дня» – авто вважається застрахованим не в робочі дні тижня. Така програма суттєво дешевша (до 40 %) і підходить людям, які не користуються автомобілем щоденно. «Часткове КАСКО» може включати в себе обрані за бажанням Страхувальника ризики.

Необхідні документи при настанні ДТП для виплати страхового відшкодування: заява на виплату страхового відшкодування; довідка поліції /ін. органу про настання ДТП; акт про оцінку збитку, завданого транспортному засобу; страховий акт (за формою, визначеною страховою компанією) [104].

Під франшизою слід розуміти зобов'язання з боку застрахованої особи компенсувати власним коштом певну частину збитків. Це означає, що при настанні страхового випадку, якщо франшиза складає не 0 %, компанія компенсує Страхувальнику кошти з вирахуванням розміру франшизи. Тому бувають випадки, що компанія взагалі нічого не компенсує клієнту, якщо збитки покриваються розміром франшизи [9]. Разом з тим, існує усталений перелік винятків зі страхових випадків та обмежень щодо страхування, коли страхове відшкодування не виплачується. До них належать:

1) умисне знищення, пошкодження або втрата ТЗ, що здійснена Страхувальником, членами його родини, довіреними особами. Зазначена норма не поширюється на дії, пов'язані з виконанням ними громадянського чи службового обов'язку, в стані необхідної оборони (без перевищення її меж) або захисту майна, життя, здоров'я, честі, гідності та ділової репутації;

2) при знищенні або пошкодженні ТЗ внаслідок:

– гниття, корозії та інших природних хімічних процесів матеріалів, що використовуються у ТЗ через зберігання у несприятливих умовах;

– обробки теплом, вогнем чи іншим термічним впливом на ТЗ (сушіння, зварювання тощо);

- використання ТЗ у аварійному стані;
- управління ТЗ особою, яка не має посвідчення водія та/або перебуває у стані алкогольного сп'яніння, під впливом токсичних або наркотичних речовин;
- невідкорення владі (втеча з місця пригоди, переслідування працівниками ДАІ), вчинення кримінально-карних дій, крім дій, пов'язаних з порушенням ПДР;
- буксирування застрахованого ТЗ іншим ТЗ або буксирування іншого ТЗ застрахованим ТЗ;
- участі у спортивних змаганнях;
- використання ТЗ для навчальної їзди.
- страхування вантажів – це один із основних видів страхування, що спрямований на створення передумов для обов'язкового відшкодування страхувальнику збитку, що виникає в процесі транспортування через загибель, втрату або пошкодження вантажу з вини обставин, від нього не залежних. При цьому слід розуміти, що не завжди лише транспортна компанія-перевізник відповідає за збереження вантажу в процесі перевезення, і в разі його загибелі, втрати або пошкодження візьме на себе всі витрати з відшкодування збитку.

Тобто, транспортний документ (ТТН) та договір страхування вантажу – це не тотожні поняття, оскільки експедирування вантажів потрапляє під дію транспортного законодавства, в якому чітко регламентовані зони відповідальності перевізників і прописані випадки (обставини непереборної сили, форс-мажор), коли транспортна організація повністю звільняється від відповідальності.

Щоб мінімізувати можливі збитки перевізників (ризик втрати, нестачі, псування та пошкодження вантажів під час їх транспортування) використовується страхування відповідальності перевізника наземним транспортом за вантаж. Страхувальниками за таким договором є настання відповідальності страхувальника щодо відшкодування шкоди, заподіяної життю та здоров'ю, майну та майновим інтересам третіх осіб, а саме (за групами):

А. Відповідальність за вантаж – відповідальність за повну або часткову втрату вантажу або за пошкодження вантажу, відповідно до положень: Конвенції про договір міжнародного перевезення вантажів по дорогах (КДПВ/СМР); чинного законодавства про транспортне перевезення відповідної країни; стандартних умов надання послуг, затверджених організаціями перевізників і експедиторів країни страхувальника; положень інших договорів або

угод, щодо застосування яких надана письмова згода страховика.

В. Відповідальність за виконання договірних зобов'язань (помилки та упущення) – відповідальність за збитки, що виникли внаслідок затримки у виконанні контрактних зобов'язань, в тому числі несвоєчасної доставки, видачі вантажу з порушенням розпорядження про затримку видачі, неправильну доставку (досилання) та додаткові витрати на пересилання за правильною адресою.

С. Відповідальність перед третіми особами – відповідальність за шкоду, заподіяну вантажем, що перевозиться, в зв'язку з загибеллю або пошкодженням майна третіх осіб, загибеллю (каліцтвом, травмами, захворюванням) третіх осіб, включаючи витрати на надання медичної допомоги та поховання.

Д. Витрати – покриваються витрати на розслідування обставин страхового випадку, захист інтересів страхувальника в судових та арбітражних органах (включаючи винагороду юристів та експертів) по подіях, відповідальність за які покладається на автоперевізника, а також розумно проведені витрати на запобігання або зменшення розміру шкоди, відповідальність за яку покладається на автоперевізника (в тому числі, сортування, перепакування, реалізація пошкодженого вантажу внаслідок аварії) [9].

При цьому можна обрати як повне покриття, так і окремі ризики. Однак базовим ризиком по договору добровільного страхування відповідальності перевізника наземним транспортом є ризик А (Відповідальність за вантаж). Тобто, не застрахувавши ризик А, клієнт не зможе отримати страхування ризиків В, С та Д.

Основні чинники, що впливають на розмір страхового внеску стандартні: умови страхування (кількість ризикових подій і їх ймовірність); номенклатура і тип вантажу; упаковка вантажу; маршрути перевезень; спосіб перевезення; обсяги перевезень; наявність охорони і супроводження вантажу тощо [104].

Таким чином, логістизація митних процедур в Україні триває. Поряд із недовершеністю законодавчої бази у цій сфері, однією з проблем залишається неготовність митної служби впровадити у життя продекларовані у нормативних актах, визнані більшістю країн світу принципи та стандарти митного регулювання, орієнтовані на збільшення привабливості прозорої та добросовісної зовнішньоекономічної діяльності через скорочення бюрократичних, часових, технологічних та матеріальних витрат суб'єктів ЗЕД (у т.ч. страхових виплат) при перетині вантажами кордону України, а також у небажанні самих суб'єктів сприймати митницю як партнера.

1.6. Маркетингово-логістичне забезпечення у підвищенні конкурентних переваг промислового підприємства

Формування конкурентних переваг промислового підприємства та забезпечення їх підтримки. Формування нових конкурентних переваг є найважливішим моментом у досягненні підприємством сталої конкурентної позиції на ринку. Механізм формування нових конкурентних переваг базується на ефективній взаємодії умов функціонування підприємства й факторів, що формують його ресурсний потенціал (інтелектуальний капітал підприємства, досвід і знання, унікальні навички, конкурентні можливості, ринкові досягнення тощо).

За сучасних ринкових умов, існує значна кількість напрямів розвитку конкурентних стратегій та стратегій інноваційного розвитку підприємства: маркетингова, логістична, виробнича, товарна тощо. Але в основі будь-якої стратегії повинні лежати конкурентні переваги. З цих позицій стратегічне управління можна визначити як управління конкурентними перевагами.

Аналіз наукової літератури, присвяченої проблемам конкурентоспроможності підприємств [11, 12, 28, 49, 57, 130], показує, що існує декілька підходів до визначення суті конкурентних переваг. Досить поширеним є визначення конкурентних переваг як тих характеристик, споживчих властивостей товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над її безпосередніми конкурентами. Така перевага досягається шляхом надання споживачам більших благ: або за рахунок реалізації більш дешевої продукції, або завдяки пропозиції високоякісних продуктів з набором додаткових послуг, проте за порівняно вищими цінами.

Окремі дослідники визначають конкурентну перевагу як порівняльну перевагу фірми по відношенню до інших фірм даної галузі. Грант Р. лише конкретизує, що така перевага полягає у досягненні або наявності потенціалу досягнення більш високого рівня прибутковості.

Конкурентна перевага – це становище фірми на ринку, яке дозволяє їй долати сили конкуренції та приваблювати покупців. Конкурентні переваги створюються унікальними матеріальними та нематеріальними активами, котрими володіє підприємство, тими стратегічно важливими для даного бізнесу сферами діяльності, котрі дозволяють перемагати в конкурентній боротьбі. Основою конкурентних переваг, таким чином, є унікальні активи підпри-

емства чи особлива компетентність в сферах діяльності, важливих для даного бізнесу. Конкурентні переваги, як правило, реалізуються на рівні стратегічних одиниць бізнесу та є основою ділової (конкурентної) стратегії підприємства.

Маркова В.Д. і Кузнецова С.А. називають конкурентною перевагою стан фірми на ринку, який дозволяє їй переборювати сили конкуренції та приваблювати покупців. Ці дослідники не розділяють поняття «конкурентна перевага» з поняттям «конкурентна позиція підприємства», під якою дійсно розуміють місце, яке займає підприємство на ринку відносно конкурентів [137].

Конкурентні переваги підприємства за джерелами їх виникнення можна поділити на внутрішні і зовнішні.

Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності підприємства (рівень затрат, продуктивність праці, організація процесів, система менеджменту тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів.

Зовнішні конкурентні переваги – це ті, які базуються на спроможності підприємства створити більш значимі цінності для споживачів його продукції, що створює можливості більш повного задоволення їхніх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності їх діяльності. Саме зовнішні конкурентні переваги з одного боку, орієнтують підприємство на розвиток та використання тих чи інших внутрішніх переваг, а з другого – забезпечують йому стійкі конкурентні позиції, оскільки орієнтують на цілеспрямоване задоволення потреб конкретної групи споживачів.

Можна виділити наступні різновиди внутрішніх та зовнішніх конкурентних переваг підприємства (табл. 1.14).

Таблиця 1.14

Різновиди конкурентних переваг промислового підприємства*

Конкурентні переваги	Характеристика
<i>1</i>	<i>2</i>
<i>Внутрішні конкурентні переваги</i>	
Виробничі	Продуктивність праці, зниження витрат, раціональність експлуатації основних фондів, забезпеченість матеріально-технічними ресурсами, бездефектність
Технологічні	Сучасність, досконалість, гнучкість технологічних процесів, використання досягнень НТП
Кваліфікаційні	Професійність, майстерність, активність, творчість персоналу, схильність до нововведень

Продовження таблиці 1.14

<i>1</i>	<i>2</i>
Організаційні	Сучасність, прогресивність, гнучкість, структурованість наявної організаційної структури
Управлінські	Ефективність і результативність діючої системи менеджменту, ефективність управління оборотними засобами, якістю, виробничими, закупівельними і збутовими процесами, дієвість системи мотивування персоналу
Інноваційні	Системи і методи розробки та впровадження нових технологій, продуктів, послуг, наявність і впровадження «ноу-хау»
Спадкові	Ринкова культура підприємства, традиції, історія розвитку
Економічні	Наявність джерел фінансування, платоспроможність, ліквідність, прибутковість, рентабельність
Географічні	Розміщення, близькість до джерел матеріальних і людських ресурсів, ринків збуту, транспортних шляхів та каналів розподілу
<i>Зовнішні конкурентні переваги</i>	
Інформаційні	Діючі на підприємстві системи збору та обробки даних, ступінь поінформованості підприємства про стан і тенденції розвитку ринку, дію сил та умов навколишнього бізнес-середовища, поведінку споживачів, конкурентів та інших господарюючих суб'єктів
Конструктивні	Технічні характеристики продукції, її дизайн, упаковка
Якісні	Рівень якості продукції за оцінками споживачів
Поведінкові	Ступінь поширення філософії маркетингу серед працівників підприємства, націленість його діяльності на задоволення потреб споживачів конкретних цільових ринків
Кон'юнктурні	Ринкові умови діяльності, конкурентне середовище (кількість і поведінка конкурентів, гострота конкуренції)
Сервісні	Рівень та якість послуг, що надаються підприємством
Іміджеві	Загальні уявлення споживачів про підприємство та його товари, популярність
Цінові	Рівень ринкової влади підприємства, можливості зміни цін
Збутові	Портфель замовлень, прийоми і методи розподілу продукції
Комунікаційні	Канали і способи розповсюдження інформації про підприємство, наявність і використання зворотного зв'язку

* розроблено авторами за [2, 3, 13, 40, 58, 60]

Конкурентні переваги можуть мати різноманітні форми залежно від специфіки галузі, товару, ринку. При визначенні конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів та переконатися в тому, що ці переваги сприймаються ними як такі.

Головна вимога – відмінність від конкурентів повинна бути реальною, виразною, суттєвою. Б. Карлофф відзначає, що, «нажаль, дуже легко заявити про наявність у себе конкурентних переваг, не перевіривши, чи відповідають ці переваги потребам клієнтів... В результаті, з'являються товари з видуманими перевагами» [11].

Підприємства необхідно мати декілька (чотири–п'ять) конкурентних переваг, котрі необхідно захищати. Засобами захисту конкурентних переваг можуть бути: монополія, патенти, ноу-хау, таємничість, доступ до джерел сировини та комунікацій.

Існує велика кількість напрямів досягнень конкурентних переваг серед яких найбільш загальними є: лідерство у витратах (собівартість продукції); диференціація продукції; фокусування (концентрація); ранній вихід на ринок (стратегія «першопрохідця»).

Перші три напрями, М. Портер називає базовими стратегіями, маючи на увазі їх універсальну застосовуваність, але можуть бути й інші шляхи досягнення конкурентних переваг. Так, основою стратегії можуть бути характеристики бізнесу – інноваційний, глобальний [100].

Відмітимо, що конкурентні переваги не є вічними, вони завойовуються та утримуються тільки при постійному вдосконаленні всіх сфер діяльності, що є трудомістким та, як правило, процесом з високою вартістю. Можливості збереження конкурентних переваг залежать від ряду факторів. Наведемо основні підходи до їх визначення.

1. Джерела конкурентних переваг. При визначенні джерел конкурентних переваг їх поділяють на два види:

– переваги високого рангу (пов'язані з наявністю у компанії високої репутації, кваліфікованого персоналу, патентів, веденням довгострокових НДДКР, розвинутим маркетингом, що базується на використанні новітніх технологій, сучасним менеджментом, довгостроковими зв'язками з покупцями тощо). Такі переваги довше зберігаються та дозволяють досягати більш високої прибутковості;

– переваги низького рангу (пов'язані з наявністю дешевої робочої сили, доступністю джерел сировини тощо) не настільки стійкі, так як можуть бути скопійовані або перекуплені конкурентами.

2. Очевидність джерел конкурентних переваг. При наявності певних джерел переваг (дешева сировина, певна технологія, залежність від конкретного постачальника) зростає ймовірність того, що конкуренти намагатимуться позбавити фірму цих переваг.

3. Інновації. Для утримання лідируючого положення строки впровадження інновацій повинні дорівнювати строкам їх можливого повторення конкурентами чи бути коротшими. Інноваційний процес дозволяє компаніям переходити до реалізації конкурентних переваг більш високого рангу та збільшувати кількість їх джерел.

4. Відмова від наявної конкурентної переваги для отримання нової. Відмова від конкурентної переваги важлива для реалізації стратегії, так як створює бар'єри входу на ринок для імітаторів.

Здійснений аналіз літературних джерел та їх узагальнення дозволили зробити висновок, що серед науковців не існує єдиного підходу до класифікації конкурентних переваг. Значна частина дослідників, наслідуючи Майкла Портера, в якості базових виділяють дві конкурентні переваги: більш низькі витрати, які дозволяють встановлювати більш низькі ціни й отримувати більш високі прибутки, і диференціацію (унікальність) товару, яка б забезпечувала найвищу споживчу цінність. Причому, І.А. Спірідонов зазначає, що ці конкурентні переваги властиві саме товарам.

Емпіричним підтвердженням виділення цих двох видів конкурентних переваг є дослідження В.К. Холла, який вивчив конкурентні стратегії двох лідируючих підприємств для випадку восьми зрілих галузей, які характеризувались повільним зростанням і сильною конкуренцією. У випадку кожної галузі два підприємства-лідери або пропонували високу диференціацію товарів, або мали найнижчі фактичні витрати. У більшості випадків воно орієнтувалось на одну із названих конкурентних переваг, у той час як фірма, що займала друге місце, використовувала іншу конкурентну перевагу.

К. Хессіг і Г.Л. Азоєв значну увагу приділяють часовому фактору, тобто швидкості реагування на потреби ринку, і виділяють його в якості однієї із ключових конкурентних переваг [3]. Такі автори, як Г.Л. Азоєв і Р.А. Фатхутдінов, розробили класифікацію конкурентних переваг за декількома критеріями. Такий підхід до класифікації конкурентних переваг має науковий і практичний інтерес, проте не позбавлений окремих недоліків. Зокрема, Г.Л. Азоєв в якості окремих критеріїв класифікації конкурентних переваг виділив: можливість імітації (унікальні / такі, що піддаються імітації) і характер динаміки (стійкі / нестабільні). Однак, якщо певна конкурентна перевага віднесена до категорії тих, що піддаються імітації, вона автоматично буде визнана нестабільною, і навпаки. Тобто виділення двох близьких класифікаційних ознак є зайвим і достатньо залишити одну із них [2, 137].

Фатхутдіновим Р.А. запропоновано сім критеріїв класифікації конкурентних переваг, серед яких, зокрема:

– сфера виникнення переваги (природно-кліматичні; політичні; технологічні; культурні; економічні) – стосується більше конкурентних переваг країни;

– зміст фактору переваги (якість товару (послуги); ціна товару; витрати споживача; якість сервісу товару) – безпосередньо відноситься до переваг товару;

– метод або засіб отримання переваги (у спадщину; навчання; впровадження нововведень; пересування) – взагалі має умовний характер.

Для конкретного підприємства суттєве практичне значення має поділ конкурентних переваг за джерелами створення та стійкістю до копіювання переваги:

– «низького рівня», які можуть бути легко досягнуті чи скопійовані конкурентами (використання дешевої робочої сили, забезпеченість широким спектром сировинних ресурсів тощо). Ці переваги базуються на вартості чи доступності факторів виробництва і не гарантують стабільного положення на ринку;

– «високого рівня», які є наслідком цілеспрямованої діяльності підприємства, як правило, пов'язані зі значними витратами і важко піддаються копіюванню (сучасна патентована технологія; спеціалізовані програми відтворення робочої сили високої кваліфікації; висока репутація підприємства, заснована на активній маркетинговій діяльності; наявність розгалуженої збутової мережі та мережі технічного обслуговування);

– «найвищого рівня», до яких відноситься постійна модернізація виробництва і видів діяльності, що супроводжується виснаженням конкурента, якщо він їх і досягає [137].

Крім характеру джерела конкурентної переваги на її стійкість впливає також кількість таких джерел. Чим складнішим і численнішим є набір джерел певної переваги підприємства над конкурентами, тим менша імовірність копіювання та тривалішим буде термін відставання конкурентів.

Сутність конкурентних переваг більш повно проявляється через їх властивості. Першою властивістю є їх порівняльний, відносний характер. Другою важливою властивістю конкурентних переваг є їх прив'язаність до конкретних умов і причин (географічних, часових). Товар, який має перевагу за ціною на одному географічному ринку, може не мати цієї переваги на іншому. Конкурентна

перевага будь-якого економічного об'єкта не може мати універсального характеру. При її аналізі потрібно обов'язково враховувати фактор прив'язки до реальних ринкових умов.

Іншою властивістю конкурентних переваг є їх підпорядкованість неоднозначному впливу множини різнорідних чинників. Для досягнення конкурентної переваги необхідні комплексні зусилля. Іноді й їх недостатньо внаслідок дії зовнішніх, неконтрольованих чинників. Більше того, одні й ті ж самі фактори можуть як посилювати, так і послаблювати конкурентні переваги.

Наслідком останніх двох властивостей конкурентної переваги є її динамічність, тобто зміна у часі, яка описується за допомогою концепції життєвого циклу, відповідно до якої процес розвитку і наступного занепаду конкурентних переваг поділяється на декілька етапів (рис. 1.13).

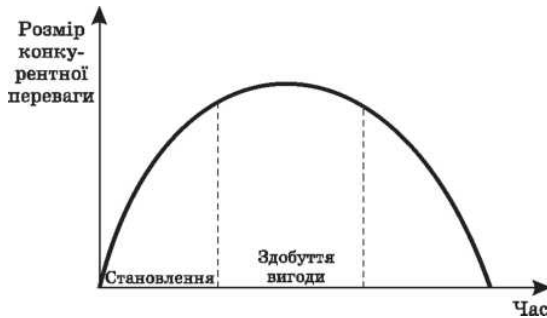


Рис. 1.13. Життєвий цикл конкурентної переваги*
*розроблено авторами за [2, 61]

По осі ординат звичайно відкладають «розмір конкурентної переваги». Неконкретність цього показника пов'язана зі значними відмінностями різних конкурентних переваг. Конкретизація критерію, який характеризує розмір переваги, можлива при побудові кривих життєвих циклів конкретних конкурентних переваг: якості продукції або послуг, рівня витрат, іміджу підприємства тощо.

Динамічність конкурентних переваг вимагає постійного відстеження тенденцій їх розвитку і систематичної розробки комплексних заходів з підтримки й розвитку наявних, формування нових конкурентних переваг підприємства. Для того, щоб ті, або інші характеристики підприємства можна було розглядати як конкурентні переваги, вони повинні відповідати наступним критеріям:

– по-перше, ці характеристики мають бути значущими з точки зору умов конкуренції в галузі та вимог ринку, тобто повинні відповідати ключовим факторам успіху. Наприклад, така характеристика як розташування в центрі міста, може бути суттєвою конкурентною перевагою для ресторану швидкого харчування. Проте для швейного підприємства, зорієнтованого на мінімізацію витрат, висока вартість оренди виробничих площ перетворює чинник дислокації в центрі міста на конкурентну слабкість;

– по-друге, вони мусять бути стійкими за умов динамічного ринкового середовища і неприступними для легкого відтворення конкурентами;

– по-третє, ці характеристики повинні бути наочними для споживачів. Тобто фірма має використовувати їх при розробці своєї маркетингової і, зокрема, рекламної стратегії.

Для збереження чи, навпаки, зміни конкурентних переваг у зв'язку із змінами конкурентного середовища та вподобань споживачів, необхідним є постійний моніторинг дій конкурентів та відслідковування змін споживацьких смаків. Щоб відповісти на питання щодо аналізу стану компанії, експерти використовують чотири аналітичних інструменти: SWOT-аналіз, аналіз ланцюга цінностей, аналіз витрат та оцінку конкурентоспроможності.

Оцінку внутрішнього середовища підприємства – його сильних та слабких сторін, а також зовнішніх можливостей та загроз як правило здійснюють за допомогою SWOT-аналізу. Це легкий в застосуванні інструмент швидкої оцінки стратегічного положення фірми. SWOT-аналіз підкреслює те, що стратегія повинна якнайкраще поєднувати внутрішні можливості компанії (її сильні та слабкі сторони) із зовнішньою ситуацією (частково відображена в можливостях та загрозах).

Прийняття рішення про формування нової конкурентної переваги відбувається у процесі моніторингу конкурентних переваг, коли виникає необхідність перекривання застарілих конкурентних переваг і тих, що перебувають на стадії спаду, новими, більш ефективними і стійкими та виявлення можливих нових конкурентних переваг з урахуванням попиту та умов функціонування ринку. Порядок формування нових конкурентних переваг наведено на рис. 1.14.

На підготовчому етапі відбувається аналіз інформації, необхідної для формування нових конкурентних переваг, отриманої у процесі моніторингу (див. рис. 1.15).

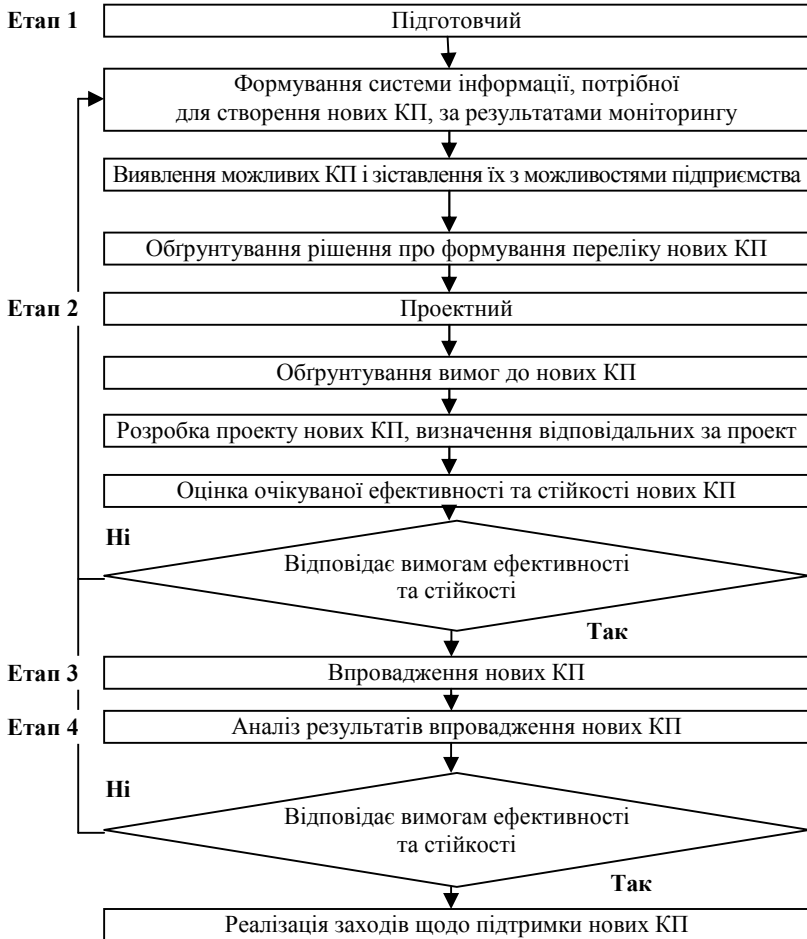


Рис. 1.14. Послідовність етапів розробки стратегії формування нових конкурентних переваг*

*розроблено авторами за [130]

Система інформації для створення нових конкурентних переваг за результатами моніторингу включає:

- інформацію про життєві цикли конкурентних переваг, що дозволяє виявити момент необхідності впровадження нової конкурентної переваги в тому випадку, якщо одна з існуючих вже зжила себе, перебуває в стадії спаду й не підлягає відновленню;



Рис. 1.15. Формування системи інформації для створення нових конкурентних переваг*

*розроблено авторами

– інформацію про наявні ринкові вимоги, що враховують побажання споживачів. Ця інформація вкрай важлива для підприємства, тому що споживачі в умовах ринкової економіки диктують свої умови, й виграє в конкурентній боротьбі те підприємство, що максимально врахує запити споживачів;

– інформацію про конкурентні переваги підприємств конкурентів і їх слабкі місця, що дає можливість підприємству приймати рішення щодо створення нових конкурентних переваг, які ще не задіяні конкурентами, й про можливість створення таких конкурентних переваг, за допомогою яких можна натискати на конкурентів, послабляючи тим самим їх конкурентні позиції.

Наступним кроком при проведенні підготовчого етапу є виявлення нових конкурентних переваг на базі аналізу отриманої інформації й зіставлення їх з можливостями підприємства.

До переліку обмежень, що можуть завадити впровадженню тієї чи іншої конкурентної переваги, можна віднести: ресурсні обмеження; недостатня кількість працівників, що мають потрібну кваліфікацію та досвід; неспроможність закупити ресурси за прийнятними цінами; потреба в технології, яку ще не розроблено або яка занадто дорога; висока інтенсивність конкурентної боротьби; закони та етичні міркування тощо.

У випадку відповідності можливостям підприємства приймається рішення про введення конкурентної переваги до переліку тих, що підлягають формуванню. У протилежному випадку формування такої конкурентної переваги неможливе. Крім того, необхідно формувати КП, які відповідають життєвому циклу системи конкурентних переваг (ЖЦСКП) підприємства і є необхідними для створення. Третім кроком у рамках підготовчого етапу виступає обґрунтування рішення (рис. 1.16) про формування переліку нових конкурентних переваг.



Рис. 1.16. Послідовність обґрунтування вибору переліку нових конкурентних переваг, що підлягають формуванню*

*розроблено авторами [61]

Зазначений перелік формується зі всіх можливих конкурентних переваг з урахуванням їх рейтингу за значущістю для підприємства та одержуваною ефективністю й стійкістю у випадку їх реалізації та відповідності конкурентній стратегії. На проектному етапі обґрунтовуються вимоги, що висуваються до конкурентної переваги, а саме: показники ефективності й стійкості повинні попадати в найбільш сприятливий інтервал.

Виявити, чи відповідає нова конкурентна перевага можливостям підприємства, дозволяє вивчення внутрішнього і зовніш-

нього середовища, при якому виявляються сильні і слабкі сторони та можливості підприємства.

Відповідність конкурентній стратегії визначається шляхом аналізу, який запропоновано у рис. 1.17. Слід вважати справедливою тезу [28, с. 56] про те, що сила конкурентної боротьби повинна відбиватися у конкурентній стратегії, результатом якої має стати реалізація наявних конкурентних переваг підприємства та досягнення високого рівня конкурентоспроможності. Через те, у кожному напрямку діяльності і відповідно до обраної конкурентної стратегії підприємству слід створити вирішальну довготривалу і захищену систему конкурентних переваг. Для забезпечення конкурентної переваги підприємства ставлять різні завдання, які визначають їх стратегію. При цьому вони керуються такими критеріями: переваги підприємства порівняно з конкурентами, можливість підтримки цієї переваги протягом тривалого часу за наявності ключових факторів успіху [12].



Рис. 1.17. Ідентифікація конкурентної стратегії й перевірка відповідності їй конкурентних переваг*

*розроблено авторами

При аналізі взаємозв'язку конкурентних переваг і конкурентної стратегії підприємства слід розглядати конкурентні переваги під кутом зору двох базових стратегій, запропонованих М. Портером [6], оскільки з погляду фокусування значення має не стільки характер, скільки інтенсивність конкретної переваги (тобто ступінь відмінності за певним критерієм від аналогічних характеристик конкурентів). Ціль стратегії лідерства у витратах полягає в тому, щоб безупинно підтримувати й підсилювати перевагу перед конкурентами за витратами і використовувати її для встановлення більш низьких цін у порівнянні з конкурентами, а також за рахунок зменшення частки ринку конкурентів розширити свої можливості й отримати додатковий прибуток.

Завданням підприємства, що дотримується стратегії диференціації, є додання своїй продукції однієї або декількох відмінних ознак, що зробить його товар більш привабливим для споживачів у порівнянні з конкуруючими товарами. Конкурентна перевага виникає в тому випадку, коли покупці віддають перевагу певним характеристикам, властивим продукції підприємства, що використовує цю стратегію.

Конкурентні переваги, що базуються на техніко-технологічних факторах, визначаються високим рівнем розвитку прикладної науки й техніки в галузі, спеціальними технічними характеристиками машин і устаткування, технологічними особливостями сировини та матеріалів, що використовуються у виробництві товарів, технічними параметрами продукції [13]. Вимоги до них залежно від виду обраної стратегії різні. Так, устаткування для виробництва продукції на підприємстві, що дотримується стратегії низьких витрат, має бути недорогим і універсальним, придатним для виробництва великих обсягів. Пов'язано це з тим, що означену стратегію орієнтовано на виробництво продукції масового попиту, де існує небагато шляхів диференціації, а важливим є не якість, а низький рівень витрат. Таким чином, той виробник, що зможе придбати устаткування, аналогічне тому, що використовується конкурентами, з мінімальними витратами підсилить свою перевагу в низьких витратах. Вимоги до конкурентних переваг, що базуються на якості сировини чи матеріалів, полягають в наступному.

Сировина чи матеріал, які використовуються у виробничому процесі на підприємстві, що застосовує стратегію низьких витрат, має бути недорогою і легкою в обробці. Тому підприємству слід піклуватися про пошук дешевого матеріалу (сировини) або

шукати більш дешеві замітники цих матеріалів. Так, наприклад, підприємства, що виготовляють меблі, можуть знизити свої витрати за рахунок виробництва меблів із ДВП, ДСП, а не з дорогих сортів деревини. Звичайно, така продукція буде мати успіх не у всіх споживачів, але для таких сегментів ринку, як студенти, молоді сім'ї й покупці середнього класу – це цілком прийнятний варіант. Слід відзначити, що при використанні легко оброблюваних матеріалів заощаджується час, що забезпечує зростання продуктивності праці й відповідне зниження собівартості продукції.

Для стратегії диференціації вимоги до конкурентних переваг, що базуються на матеріалах і сировині, змінюються: товар, виготовлений з рідкісного дорогого матеріалу, що володіє новими властивостями, буде мати для споживача більшу цінність.

Підприємства, що використовують стратегію низьких витрат, застосовують вже відомі наукові розробки, якими користуються й конкуренти, але важливим для них є не пропустити нового прориву в технологічній сфері, займаючись тільки проблемою зниження витрат. Цей прорив може відкрити перед суперниками можливість для зниження ціни й знецінити інвестиції, зроблені лідером для зниження витрат.

Для підприємств, що ставлять акцент на диференціації, наукові розробки, «ноу-хау» й інші нововведення в цій області досить істотні. Нові розробки дозволяють удосконалити товар, зробити його більш цікавим для споживачів або впровадити у виробництво зовсім новий товар з погляду задоволення нових та прихованих потреб. Високий ступінь автоматизації й механізації виробництва при використанні стратегії низьких витрат або лідерства у витратах має велике значення. Вона дозволяє більш продуктивно вико- ристовувати робочу силу і збільшити ефективність виробництва, що веде до зниження витрат. Для підприємств, що орієнтуються на стратегію диференціації, використання автоматизації й механізації виробництва може органічно поєднуватися з ручною працею.

Конкурентною перевагою, що базується на факторах економічного характеру, при застосуванні стратегії лідерства у витратах в основному є ефект масштабу, що проявляється у тому, що підприємства, які мають більші обсяги виробництва, можуть розраховувати на істотно більш низькі питомі витрати, ніж підприємства з одиничним, дрібно- та середньосерійним типами виробництва. Це дозволяє їм успішно конкурувати за ціною пропозиції.

Для підприємства, що використовує конкурентну стратегію диференціації, конкурентною перевагою у цій сфері в основному буде ефект досвіду, що виражається в більшій ефективності праці внаслідок спеціалізації за видами і методами роботи, впровадженні технологічних інновацій у виробничих процесах, оптимальному завантаженню устаткування, більш повному використанню ресурсів, впровадженню нових концепцій товарів. Застосування дешевої робочої сили дозволяє знизити собівартість продукції, що дає виробникові можливість конкурувати за ціною виробу. При виробництві ж продукції на підприємстві, що застосовує стратегію диференціації, конкурентна перевага буде впливати з використання висококваліфікованої робочої сили, це спричинить збільшення витрат, але якщо фірмі вдасться зробити товар, що залучає своєю новизною, цінністю для споживача, з погляду унікальності якісних характеристик, то ці витрати виправдані.

Конкурентні переваги, пов'язані з організацією виробничих процесів, залежно від обраної конкурентної стратегії, відповідають наступним вимогам. При використанні стратегії лідерства у витратах перед кожним співробітником стоїть певне завдання й чітко позначено шлях його вирішення. Від того, як чітко й швидко співробітник упорається з його виконанням, буде залежати успішність усього виробничого процесу. Має місце достатньо великий управлінський апарат, що невідступно контролює кожен етап виробництва, щоб не допустити збоїв. Організація часто розподілена на велику кількість підрозділів, кожний з яких виконує невелику частину роботи, при цьому відсутній безпосередній взаємозв'язок з іншими підрозділами. При такій організації виробництва підприємство домагається зниження витрат (зі збереженням необхідного рівня якості), і як наслідок, має можливість конкурувати за ціною.

У випадку орієнтації на стратегію диференціації, і тим більше сфокусованої диференціації, перед працівниками ставиться лише кінцева мета, а знайти шлях її досягнення входить в їх обов'язок. Тому перед підприємствами стоїть складне завдання на основі висококваліфікованих кадрів, новітніх технологій і наукових нововведень створити цінний, відмінний від конкурентів, товар, що задовольняє нові потреби. Організаційна структура такого підприємства має бути адаптивною, а всі підрозділи – працювати в тісному взаємозв'язку, домагаючись реалізації повного обсягу роботи. Етап контролю якості, здійснюваний наприкінці процесу виробництва, – так зване тестування, апробація нового товару. Коли спо-

живач оцінить товар позитивно, його задовольнять якість і характеристики нового продукту, тоді можна говорити про виникнення конкурентної переваги.

Залежно від обраної стратегії соціально-психологічні фактори по-різному впливають на конкурентну перевагу. Завдання виробників – всіма засобами комунікацій доводити до споживачів переваги своєї продукції, на яку б стратегію підприємство не спиралося [2–3, 11, 35].

Психологічний клімат на підприємстві має сприяти підвищенню продуктивності праці й моральному задоволенню працівників, що забезпечить більш ефективну роботу й високі результати. На підприємствах, що використовують стратегію низьких витрат, необхідні тверда дисципліна й гнучке застосування системи заохочень і штрафів, тому що товар має бути якісним, робота безперебійною й налагодженою. При стратегії диференціації необхідним є сприятливий психологічний клімат для можливості творчої роботи, тому що саме творчий підхід персоналу до виконання своїх обов'язків є запорукою успіху. Чим більше творчих зусиль і пропозицій буде вкладено у товар, що буде оцінений споживачами, тим більше підприємству вдасться підсилити конкурентну перевагу.

Вимоги до конкурентних переваг у сфері природно-кліматичних і географічних факторів також розрізняються залежно від виду конкурентної стратегії. При розгляді вимог до конкурентних переваг з точки зору стратегії економії на витратах значення набуває, поблизу яких джерел ресурсів знаходиться підприємство й чи існує можливість користування ними при виробництві. Якщо даний факт має місце, підприємство може знизити витрати на постачання сировини й матеріалів, а при використанні стратегії диференціації позитивну роль може мати розташування в регіонах з родовищами унікальної сировини. Також немаловажним є вигідне розміщення стосовно різного виду транспортних зв'язків, що дозволяє безперебійно одержувати від постачальників необхідні матеріали й поставляти продукцію на різні сегменти ринку. Отже, вибір певної базової конкурентної стратегії накладає відбиток на вимоги до використовуваних при її реалізації конкурентних переваг, а кожній з базових стратегій конкуренції відповідає свій набір конкурентних переваг.

Таким чином, проект нової конкурентної переваги проходить декілька етапів перевірки. Умовно їх можна представити у вигляді таблиці 1.15.

Таблиця 1.15

**Перевірка конкурентних переваг на відповідність
можливостям підприємства, конкурентній стратегії і критеріям оцінки***

Конкурентна перевага	Основні вимоги до конкурентних переваг				
	можливості підприємства	стратегії	ефективність	стійкість за часом	стійкість за витратами
1	Так	Так	Висока	Висока	Висока
...		Ні		Низька	Середня
<i>n</i>	Ні	Так	Низька	Середня	Висока

* розроблено авторами

За допомогою таблиці наочно видно, які конкурентні переваги належать впровадженню, а які ні. При відповідності вимогам проект нової конкурентної переваги приймається до впровадження (третій етап). При невідповідності критеріям необхідно повернутися до першого етапу з метою отримання нової інформації за результатами моніторингу конкурентних переваг перш ніж приймати рішення про формування нових.

Заключний етап полягає у визначенні результатів від реалізації конкурентної переваги. У рамках даного етапу провадиться аналіз зіставлення запланованих результатів з отриманими на основі проведення моніторингу. У випадку відповідності встановленим критеріям підприємство вживає заходів з підтримки нової конкурентної переваги. В іншому випадку провадиться аналіз проекту й виявляються слабкі місця, які необхідно усунути.

Таким чином, формування та підтримання конкурентних переваг є важливим стратегічним напрямом інноваційного розвитку промислового підприємства. Ефективне управління підприємством передбачає насамперед визначення джерел конкурентної переваги підприємства.

Формування конкурентних переваг у широкому значенні трансформується у завдання адаптації системи управління до змін конкурентного середовища, що дозволяє швидко й точно визначити напрями підвищення конкурентоспроможності. За відсутності постійної та цілеспрямованої роботи в цьому напрямку успіхи, досягненні підприємством на ринку, втрачаються через спрямовані дії конкурентів. Урахування особливостей конкурентної боротьби на ринку, факторів, що впливають на ефективність та стійкість конку-

рентних переваг підприємства, дозволяють сформувати раціональну систему конкурентних переваг. Такі обставини визначають необхідність формування підходу до маркетингового та логістичного забезпечення процесу формування конкурентних переваг, за яким і буде здійснюватися методологічне маркетингово-логістичного забезпечення конкурентних переваг промислового підприємства.

Маркетингове забезпечення формування конкурентних переваг промислового підприємства. Маркетингове забезпечення управління конкурентними перевагами полягає у застосуванні саме маркетингових інструментів та методів, спрямованих на формування й оцінювання конкурентного середовища і тенденцій його розвитку з метою опрацювання необхідних маркетингових заходів щодо посилення позиції підприємства на ринку.

Маркетингові заходи розробляють для кожного етапу формування та управління конкурентними перевагами: збору інформації; оцінювання конкурентних переваг; формування, утримання та посилення конкурентних переваг; позиціонування підприємства.

Маркетингові заходи для дослідження конкурентів підприємства, також дозволяють сконцентрувати увагу на інформації про їх товари, що дає змогу створити базу порівняльного аналізу. Через те, маркетинговий аналіз отриманої інформації повинен бути спрямованим на визначення та оцінювання конкурентної позиції підприємства на ринку, його конкурентних переваг. Управлінська складова даного етапу визначається вибором методів і методик, що ґрунтуються на наукових підходах аналізу зовнішнього й внутрішнього середовища.

Послідовність процесу маркетингового аналізу конкурентних переваг наведено на рис. 1.18. Однак, важливого значення в процесі маркетингових досліджень й маркетингового аналізу набуває організація праці його виконавців. Саме тут необхідно виокремити наступні її положення (див. рис. 1.19).

Важливою передумовою ефективного маркетингового аналізу є компетентність й фахова підготовка осіб, що передбачає наявність відповідних знань щодо методів й методик здійснення маркетингового аналізу, вміння формулювати проблему, розуміння економічної суті даних, якими він оперує, вміння їх правильно збирати, накопичувати, інтерпретувати і використовувати. Не менш важливого значення набуває процес розподілу функцій між членами колективу, що здійснюють маркетингові дослідження і маркетинговий аналіз.

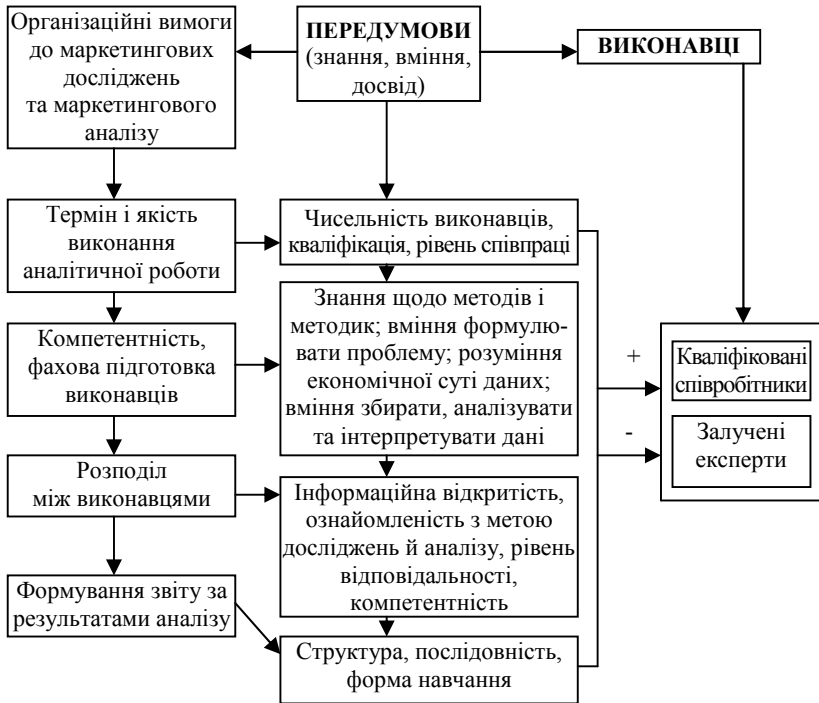


Рис. 1.18. Послідовність процесу маркетингового аналізу конкурентних переваг промислового підприємства*

* розроблено авторами

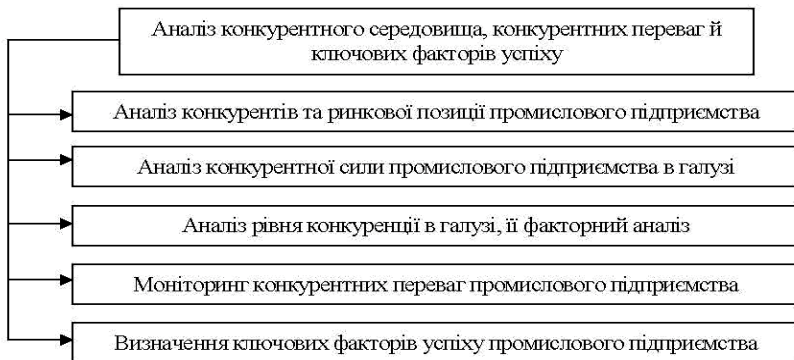


Рис. 1.19. Основні положення організації маркетингових досліджень та аналізу на промисловому підприємстві*

* адаптовано авторами за [39]

Результатом здійснення маркетингових досліджень й аналізу є звіт, який повинен мати відповідну структуру, послідовність викладення результатів проведеної роботи та дотримуватись зазначеної форми подання (текстовий чи презентаційний вигляд).

На виході із аналітичного блоку, з використанням методик SWOT-аналізу та аналізу фінансово-господарської діяльності, на основі зібраної інформації під час проведення маркетингових досліджень, запропоновано відповідний до можливостей підприємства рівень конкурентної позиції за рахунок асортиментної та якісної складової.

Наступним етапом маркетингового управління конкурентними перевагами є вибір стратегічних інструментів маркетингового впливу на рівень конкурентоспроможності. За результатами маркетингових досліджень та маркетингового аналізу обирається стратегія, що спрямована на посилення діяльності підприємства на вітчизняному ринку, наприклад, за рахунок розбудови роздрібно-торгівельної мережі із широким асортиментом продукції та ін. Головна мета такої стратегії – визначити принципи й правила досягнення переваг над конкурентами у цільових сегментах ринку та складових комплексу маркетингу.

На першому етапі стратегічної складової процесу маркетингового забезпечення управління конкурентними перевагами визначаються із стратегічним завданням відносно утримання чи посилення останніх. При розподілі (угрупкуванні) конкурентних стратегій за ознаками утримання чи посилення конкурентних переваг варто звернутися до існуючих теоретичних положень з питань стратегічного маркетингу.

Портер М., розглядаючи джерела конкурентних переваг, позначає їх як ті, що формують відмінність ринкової пропозиції підприємства від конкурентів та нижчі порівняно із витратами конкурентів [100, с. 50].

Спираючись на ці та власні погляди щодо змісту й джерел конкурентних переваг, Куденко Н. у своїх працях виокремила два основні види маркетингових конкурентних стратегій – стратегія диференціації та стратегія цінового лідерства [60, с. 176–177]. Втім, відомий гуру маркетингового менеджменту Ж.-Ж. Ламбен визначає, що підприємство завжди має можливість сформувати операційну чи стратегічну конкурентну перевагу, описуючи існуючу між ними різницю [100, с. 372–373], яка полягає у наступному.

Операційні конкурентні переваги формуються у вигляді однотипного із конкурентами виду діяльності, який здійснюється на більш ефективних засадах та досягаються за умови застосування стратегій, що їх підтримують (утримують, зберігають). Втім, стратегічні конкурентні переваги визначаються вибором відмінних від конкурентів видів діяльності, зорієнтованих на застосування інноваційних підходів (технологій, засобів обслуговування). Саме ці конкурентні переваги ґрунтуються на стратегіях їх посилення. Розглядаючи відомі маркетингові конкурентні стратегії через призму їх впливу на конкурентні переваги (посилення чи утримання) із урахуванням наукових поглядів зазначених авторів, пропонується їх наступне угруповання (рис. 1.20) [60, 61, 137].

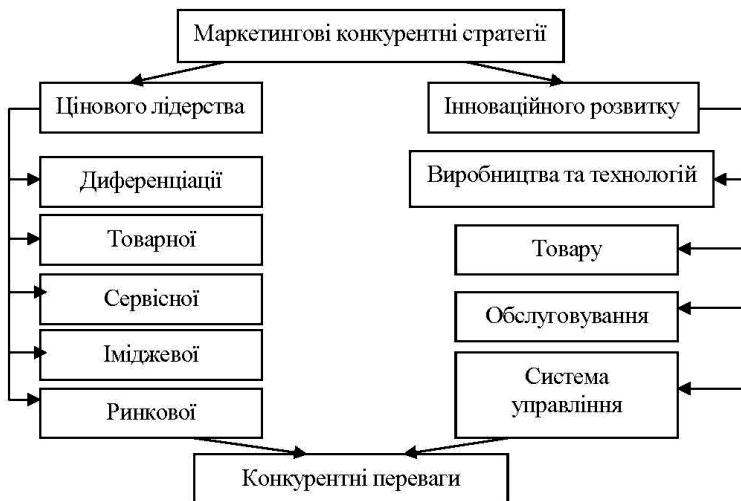


Рис. 1.20. Угруповання маркетингових конкурентних стратегій за рівнем впливу на конкурентні переваги промислового підприємства*
*розроблено авторами

Вибір найбільш доцільної для підприємства маркетингової стратегії, яка відповідає означеній цілі, в значній мірі залежить від стану розвитку внутрішнього потенціалу підприємства, його можливостей запровадити обраний стратегічний підхід. У зв'язку з цим виникає потреба у виборі доцільного маркетингового інструментарію та визначенні ресурсного потенціалу, необхідного для збереження чи посилення конкурентних переваг підприємства на ринку.

Пропонуються наступні управлінські заходи щодо використання концептуальних маркетингових інструментів за умови наявності необхідних ресурсів підприємства (табл. 1.16).

Таблиця 1.16

Маркетингові засади процесу стратегічного управління конкурентними перевагами підприємства на ринку машинобудівної промисловості*

Маркетинговий інструментарій	Напрямок застосування	Необхідний ресурсний потенціал
1	2	3
Утримання конкурентних переваг (операційні КП)		
Цінове лідерство		
Ціна	Спрощення процесу виробництва товару. Зниження собівартості Зростання обсягів продажу	Високий рівень технологічної підготовки виробництва. Автоматизація виробничих процесів. Інтенсивне використання персоналу. Контроль собівартості продукції. Оперативна система звітності Оптова реалізація продукції. Масовий маркетинг
Товарна диверсифікація		
Товар	Якість товару і його характеристики. Форма товару. Споживчі властивості. Стиль, дизайн. Упаковка	Додаткові фінансові ресурси. Можливість переустаткування обладнання. Високий рівень конструкторської підготовки. Розвинена маркетингова організаційна структура. Роздрібна чи дрібнооптова мережа
Утримання конкурентних переваг (операційні КП)		
Сервісна диференціація		
Засоби комунікацій (сервісне після продажне обслуговування)	Сервісні послуги: доставка товару; установлення виробу на місці; безкоштовні консультації; ремонт	Транспортні витрати. Додатковий обслуговуючий персонал. Кваліфіковані консультанти
Іміджева диференціація		
Засоби комунікацій (паблік релейшнз)	Відмінний позитивний імідж. Розробка власної символіки. Співпраця із ЗМІ. Участь у виставках, ярмарках. Корпоративні свята	Збільшення витрат на маркетингові комунікації

Продовження таблиці 1.16

1	2	3
Посилення конкурентних переваг (стратегічні КП)		
Ринкова диференціація		
Сегментація ринку	Фокусування на вузькому цільовому сегменті	Значні витрати на маркетингові дослідження. Розвинена маркетингова організаційна структура
Інноваційний розвиток		
Маркетинг інновацій	Диверсифікація діяльності у виробництві і технологіях; товарі; обслуговуванні та послугах; системі управління	Фінансові витрати на технологічні інновації. Виробництво нових номенклатурних позицій. Підвищення рівня компетенцій виробничого та управлінського персоналу; Збільшення витрат на маркетингові комунікації

*розроблено авторами за [2, 60, 68]

У процесі вибору необхідного маркетингового заходу підприємству рекомендується визначитися із наявністю та рівнем сили ресурсного потенціалу, і у разі потреби, розробити відповідні управлінські заходи по коригуванню останніх.

Наведений зміст стратегічної складової процесів маркетингового забезпечення управління конкурентними перевагами слугує підготовчим етапом для розробки тактичних заходів, спрямованих на формування програми лояльності споживачів та ефективне використання ресурсного потенціалу підприємства.

На тактичному рівні удосконалюється методичний підхід до організації процесів маркетингового забезпечення конкурентоспроможності підприємств легкої промисловості України, що враховує необхідний рівень інтеграції їх зусиль і окремих бізнес-процесів на різних етапах формування унікальної цінності пропонувань кінцевим споживачам. На цьому рівні необхідно правильно обрати місце, час й ключові напрями дій.

Тактична складова маркетингового управління КП підприємства включає три етапи, які характеризуються відповідними науково-практичними засадами щодо підвищення рівня відповідності системи управління характеру ринкової конкуренції та значною мірою впливають на можливість реалізувати намічені дії з посилення конкурентних переваг, утримання належного рівня лояльності споживачів до продукції підприємства.

Перша складова передбачає процес управління конкурентними перевагами ринкової сили за умови організації (адаптації)

маркетингового підрозділу з урахуванням потреб й можливостей підприємства та маркетингове планування діяльності підприємства на ринку із використанням необхідного для цього маркетингового інструментарію, який забезпечить виконання стратегічних завдань (табл. 1.17).

Таблиця 1.17

**Організаційне забезпечення процесу управління
конкурентними перевагами***

Етап	Процес
Вибір організаційної моделі	Співставлення завдань із можливостями підприємства Опрацювання моделі маркетингового підрозділу Визначення управлінського рівня виконання та документації, що регламентує роботу підприємства
Розподіл обов'язків між виконавцями	Розробка штатного розкладу маркетингового підрозділу. Визначення обов'язків за штатним розкладом
Формування компетенцій	Визначення рівня кваліфікації та наявності компетентнісного підходу вирішення завдань. Співставлення наявного та потрібного рівня компетенцій. Розробка заходів із підвищення рівня компетенцій працівників підрозділу
Мотивація праці	Визначення критеріїв мотивації. Розробка системи матеріального та морального стимулювання Визначення видів і розміру штрафних санкцій

*розроблено авторами за [43]

Діяльність працівників діючого (створеного) підрозділу має бути спрямована на розробку тактичних заходів, означених у процесі маркетингового планування. З метою посилення конкурентних переваг при розробці маркетингового плану доцільно більш ґрунтовно визначитися із заходами по формуванню товарної політики, взаємодії підприємства із суб'єктами ринку, технологій просування та позиціонування продукції й підприємства в цілому на цільовому ринку (див. табл. 1.18).

У процесі маркетингового планування, з огляду на результати SWOT-аналізу, визначаються саме ті можливості й сильні сторони, що сприятимуть утриманню підприємством його конкурентних переваг. На етапі означення цілей формуються завдання щодо утримання чи посилення конкурентних переваг, а це впливатиме на обрання відповідної завданню маркетингової стратегії.

Рекомендовані маркетингові заходи щодо посилення конкурентних переваг промислового підприємства*

Етап управління конкурентними перевагами	Зміст маркетингового заходу	Очікуваний результати
Маркетингове планування	<ol style="list-style-type: none"> 1. SWOT-аналіз зовнішнього середовища і потенційних можливостей підприємства. 2. Визначення місії та мети підприємства на ринку. 3. Вибір, обґрунтування і розробка маркетингової стратегії. 4. Визначення завдання підрозділу маркетингу з реалізації стратегії. 5. Розробка плану з реалізації маркетингових заходів у межах маркетинг-міксу 	Відповідність можливостей підприємства поставленим цілям з утримання чи посилення конкурентних переваг
Товарна політика	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формування товарної концепції та її базової атрибутики. 2. Моніторинг товарної марки, бренду, розробка стратегій, тактики і креативних заходів у межах операцій з ними. 3. Розробка комунікаційних заходів та контроль за їх ефективністю 	Формуванням унікальної цінності пропонувачів кінцевим споживачам
Взаємодія із суб'єктами ринку	<ol style="list-style-type: none"> 1. Застосування концепції маркетингу взаємовідносин. 2. Формування мережі дистрибуції. 3. Зв'язки із оптовими та дрібнооптовими посередниками. 4. Наявність власної фірмової мережі 	Довготривалі взаємовідносини із суб'єктами ринку
Технології просування	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розробка рекламної кампанії та співпраця із ЗМІ. 2. Участь у виставках, ярмарках. 3. Система стимулювання продажу. 4. Сервісне обслуговування. 5. Програма лояльності споживачів 	Формування іміджу підприємства й продукції, довготривалі взаємовідносини із споживачами
Позиціонування	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розробка концепції та стратегії позиціонування. 2. Позиціонування товарної номенклатури, відповідного асортименту, окремої товарної марки 	Розуміння потреб споживачів, їх особистих рис; концентрація обмежених ресурсів на найбільш вигідних цільових ринках

* розроблено авторами за [43]

У процесі розробки тактики запровадження маркетингової стратегії визначається перелік заходів по кожній інструментальній маркетинговій позиції. Втім, зміст цих заходів у значній мірі залежить від обраної цілі, потенційних можливостей підприємства, економічного й соціального рівня обраного сегменту ринку.

У таблиці 1.18 наведені найсуттєвіші маркетингові заходи, які, на нашу думку, сприятимуть досягненню підприємствами легкої промисловості сильної конкурентної позиції. Так, політику формування товарної марки на підприємстві пропонується здійснювати, орієнтуючись на досвід групи компаній Advanter Group, запроваджений у діяльність вітчизняних виробників. Суть політики управління товарною маркою полягає у розподілі рішень, що приймаються відносно марки та здійснюється за трьохциклічною моделлю (табл. 1.18).

Перший цикл – формування образу, концепції марки та її базової атрибутики. Рішення у межах першого циклу приймаються на рівні вищого управлінського ланцюга за участі керівника маркетингового підрозділу. Другий цикл – моніторинг позицій товарної марки, розробка стратегій, тактики й креативних заходів у межах операцій із маркою. За цей цикл відповідає бренд-менеджер. Третій цикл – тактика управління товарною маркою поєднує розробку комунікаційних заходів та контроль за їх ефективністю.

Якщо система контролю свідчить про недостатню ефективність тактичних дій, необхідно повернутися до другого циклу і переглянути стратегічне рішення з метою посилення товарної марки.

Наведена система управління товарною маркою сприяє ефективній структуризації процесу прийняття рішень, встановленню відносин зі споживачами шляхом пропозиції відповідних переваг та формування у їх свідомості унікальної стабільної позиції відносно запропонованих цінностей та образу та формуванню успішного бренду, а саме бренд постає інструментом підвищення переваг й лояльності споживачів.

Процес взаємовідносин із суб'єктами ринку передбачає застосування концепції маркетингу взаємовідносин, основний зміст якої полягає у тому, що об'єктом управління маркетингом постає не спільне рішення, а відносини (комунікації) з покупцем та іншими учасниками процесу купівлі-продажу. Маркетинг взаємовідносин підвищує значимість особистих контактів у системі ефективних комунікацій. Більше того, у межах його застосування розподіляється відповідальність за прийняття рішень в області мар-

кетингу на весь персонал підприємства, оскільки вимагається участь в маркетинговій діяльності не тільки фахівців служби маркетингу, але й працівників інших структурних підрозділів, включаючи менеджерів верхньої ланки. Основні риси маркетингу взаємовідносин – довгостроковість, сервісне підприємництво на всіх стадіях життєвого циклу товару, індивідуалізація відносин зі споживачами.

Орієнтуючись на основний зміст концепції маркетингу взаємовідносин, підприємствам легкої промисловості, з метою посилення конкурентних переваг, потрібно формувати мережу дистриб'юції, налагоджувати зв'язки із оптовими та дрібнооптовими посередниками, формувати власну фірмову мережу. Така ринкова політика сприятиме довготривалим взаємовідносинам із постачальниками матеріалів, обладнання, посередниками, кредитними й фінансовими установами.

На етапі вибору засобів просування, з метою реалізації намічених стратегічних завдань, велике значення має комунікаційна підтримка стратегічних ініціатив підприємства. Розробку рекламної кампанії рекомендується здійснювати, виходячи із обраних стратегій формування конкурентних переваг, оскільки зазначені у стратегії завдання і повинні означити головну ідею просування продукції підприємства на ринок.

Процес вибору технологій просування поєднує ряд заходів з розробки рекламної кампанії для підприємства, співпраці із засобами масової інформації. Обов'язковим, з огляду на значущість маркетингових засобів комунікації, постає участь підприємства у виставках, ярмарках. Втім, найбільшого значення для посилення конкурентних переваг продукції й підприємства мають такі комунікаційні заходи, які спрямовані на прямі контакти із споживачами у процесі безпосереднього продажу чи обслуговування.

Наведені технології просування сприятимуть формуванню іміджу підприємства, його продукції і торгових марок, а також довготривалих взаємовідносини зі споживачами.

Етап позиціонування передбачає розробку комплексу маркетингу для конкретного товару, конкретної групи споживачів, який сприймається останніми як ідеальний. Саме тому, щоб завоювати і утримати споживача, підприємству необхідне глибоке розуміння потреб споживачів, а також процесів здійснення покупки. Для підприємств легкої промисловості рекомендується застосовувати чотирирівневу систему позиціонування, яка передбачає визначення місця в свідомості споживача наступних суб'єктів

галузі діяльності підприємств, їх товарної номенклатури, відповідного асортименту, окремої товарної марки тощо.

Процес позиціонування рекомендується здійснювати у наступній послідовності. На першому етапі визначається концепція позиціонування, за якою формується образ товару (товарної марки), який ґрунтується на потребах споживачів. На другому етапі розробляється стратегія позиціонування, за якою формується і запроваджується комплекс маркетингових заходів, направлених на доведення концепції позиціонування до цільових споживачів. Третій етап передбачає оцінку ефективності позиціонування і визначення ступеню досягнення зазначених цілей.

Процес позиціонування товару для вітчизняних підприємств легкої промисловості передбачає, в першу чергу, визначення тих конкурентних переваг, якими володіє товар у конкурентів, що особливо стосується товарів «стихійного ринку, неорганізованого виробника». Наступний захід направлений на позиціонування споживчих переваг власного товару з метою отримання інформації про існування незадоволених конкурентами потреб. І тільки потім здійснюється позиціонування власного товару за тими очікуваними вигодами, які є у споживача цільового сегмента.

При позиціонуванні товару можливі два варіанти поведінки:

1) позиціонування поруч з одним із діючих конкурентів з метою завоювання своєї частки ринку, застосовується за умов коли:

- підприємство має можливість створити товар за своїми властивостями кращий, ніж у конкурентів;
- попит на даний товар не задоволений;
- підприємство може запропонувати нижчу, ніж у конкурента, ціну;

– запропонований товар у більшій мірі відповідає сильним сторонам підприємства (технологія, кваліфікація кадрів, наукові розробки тощо);

2) розробка товару, що не представлений на ринку, але попит на нього сформувався. Для реалізації даного варіанту необхідне існування наступних умов:

- технічні можливості для виробництва товару;
- економічні можливості в межах рівня цін, що планується;
- достатня кількість потенційних покупців майбутнього товару.

Результат позиціонування – це конкретні маркетингові дії з розробки, розповсюдження і просування товару на ринок, а головним аргументом на користь постійного використання концепції

позиціонування є: формування розуміння не тільки потреб споживачів, але й їх особистих рис; створення можливостей для концентрації обмежених ресурсів на найбільш вигідних цільових ринках.

Невід'ємною складовою даної частини заходів виступає процес управління ресурсними конкурентними перевагами, до складу яких ми відносимо фінанси, технологічний процес та інтелектуальні і кадрові компетенції. Якщо намічені заходи не призводять до посилення конкурентних переваг набуває значущості етап маркетингового аудиту, який здійснюється з метою оцінки якості запланованих маркетингових заходів та їх коригування за відповідними додатковими планами. У випадку, коли запровадження намічених тактичних заходів досягає успіху в частині посилення конкурентних переваг, підприємство набуває стійкої конкурентної позиції на ринку, подальшого економічного розвитку, а споживачі, у рамках розробленої та запровадженої програми лояльності, стають прихильниками продукції даного підприємства, що створює між ними синергійний ефект.

З метою адаптації запропонованого методологічного підходу до ефективного маркетингового забезпечення маркетингового управління конкурентними перевагами дана методика була апробована на машинобудівному підприємстві Вінницької області.

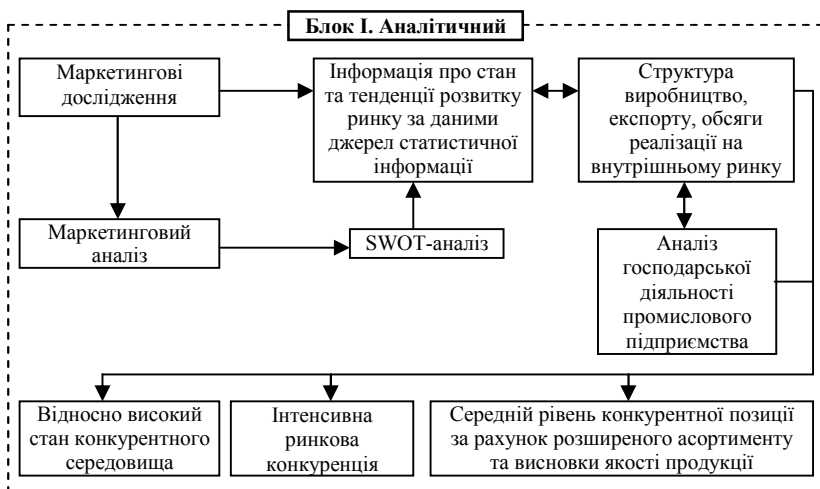


Рис. 1.21. Аналітична складова процесу маркетингового забезпечення управління конкурентними перевагами промислового підприємства*

*розроблено авторами за [43]

За результатами ґрунтовного аналізу існуючої управлінської складової, можливостей здійснення досліджень ринку і наявності внутрішніх резервів для здійснення інноваційних процесів на підприємстві означено зміст аналітичної складової для підприємства (див. рис. 1.21). На стратегічному етапі здійснено формування стратегічного рішення та розробка комплексу маркетингових заходів з посилення конкурентних переваг машинобудівного підприємства (рис. 1.22).

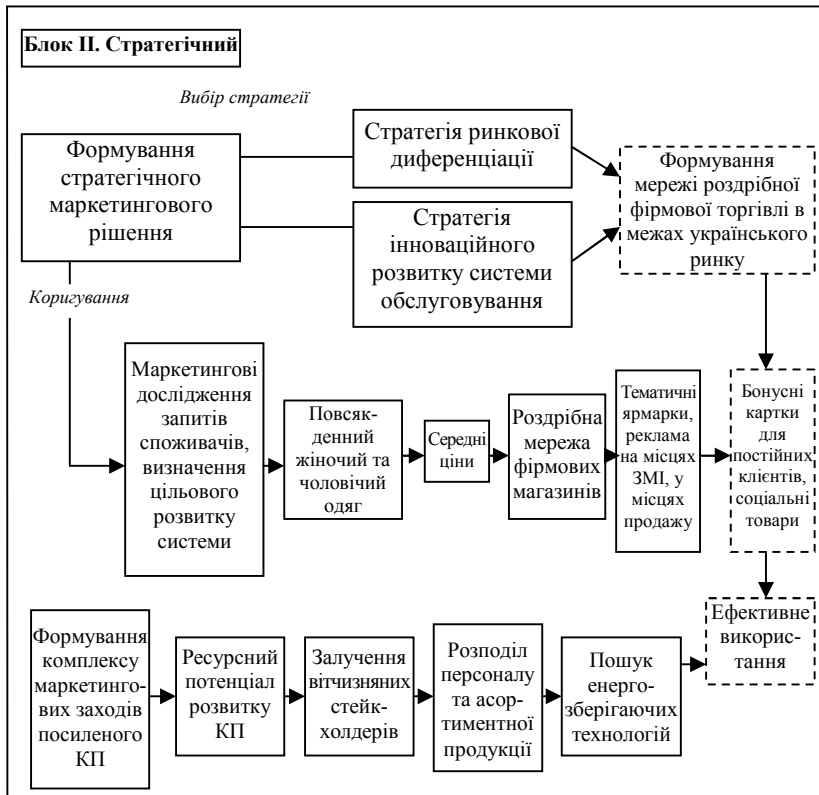


Рис. 1.22. Стратегічна складова процесу маркетингового забезпечення управління конкурентними перевагами промислового підприємства*
*розроблено авторами за [43]

Формування процесу маркетингового управління конкурентними перевагами в розрізі стратегічної орієнтації дозволить інте-

грувати результати маркетингових досліджень та аналізу у ресурсний потенціал машинобудівного підприємства, залучити до виробничо-збутових процесів вітчизняних стейкхолдерів, сформувати ефективну маркетингову стратегію, спрямовану на посилення уваги підприємства на вітчизняний сегмент ринку. Така послідовність за рахунок вірно обраної стратегії дозволить ефективно використати внутрішній потенціал підприємства, посилити конкурентні переваги, розпочати роботу над реалізацією першого етапу програми лояльності, спрямованої на цільовий сегмент ринку. Невід'ємною складовою в управлінні конкурентними перевагами на зазначеному етапі мають стати заходи з просування обраної політики підприємства в межах споживачів, що стали прихильниками продукції.

З метою успішного досягнення стратегічних цілей машинобудівного підприємства слід приділити значну увагу третьому етапу маркетингового управління конкурентними перевагами, а саме, – тактичному (рис. 1.23).

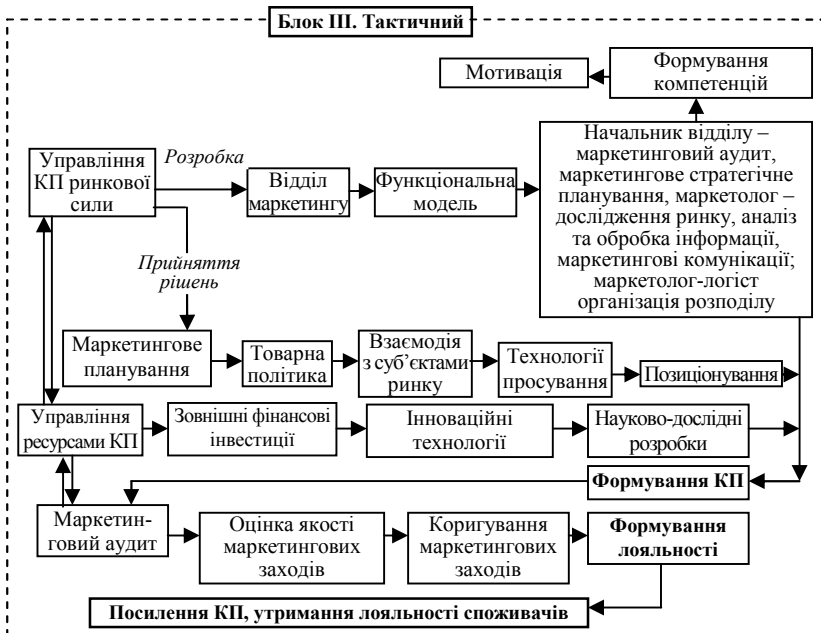


Рис. 1.23. Тактична складова процесу маркетингового забезпечення управління конкурентними перевагами промислового підприємства*
*розроблено авторами за [43]

На даному етапі рекомендовано запровадити на промисловому підприємстві набір тактичних маркетингових заходів по впровадженню стратегії, орієнтованої на досягнення стійких конкурентних переваг шляхом формування програми лояльності. Поєднання процесів управління конкурентними перевагами ринкової сили та ресурсними конкурентними перевагами шляхом координації та концентрації маркетингової діяльності сприятиме на рівні структурного підрозділу ефективному впровадженню маркетингового інструментарію, що, в свою чергу, надасть можливості підприємству досягти стратегічно-сформованих конкурентних переваг та посилить конкурентні переваги, спрямовані на формування та утримання лояльності споживачів.

При ефективній організації процесу маркетингового забезпечення конкурентних переваг, для машинобудівного підприємства стане можливим інтеграція існуючих бізнес-процесів на різних етапах формування унікальної цінності запропонованих споживачам переваг. Досягнення стійкої конкурентної переваги через формування лояльності споживачів стане можливим при ґрунтовній оцінці внутрішньої сили підприємства для її адаптації до умов зовнішнього середовища.

Ефективна комплексна оцінка стану конкурентних переваг підприємства пропонується нами здійснюватися із застосуванням її інтеграції за визначеними критичними чинниками успіху.

Логістичне забезпечення формування конкурентних переваг промислового підприємства. Логістичне забезпечення у діяльності промислових підприємств дозволить підвищити прибутковість галузі за рахунок скорочення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з постачання сировини, виробництва і збуту продукції.

Розробка та реалізація машинобудівними підприємствами логістичної стратегії дозволяє забезпечити виконання конструктивної стратегічної програми розвитку компанії, спрямовану на оптимальну організацію потокових процесів і досягнення конкурентних переваг. В умовах сьогодення розвиток теорії та практики стратегічного логістичного управління знаходиться на початковому етапі, що в свою чергу потребує розробок в сфері формування логістичної стратегії машинобудівного підприємства.

Головними конкурентними перевагами на ринку машинобудівної промисловості є ціна і якість, тому провідні гравці вкла-

дають значні кошти в технічне переозброєння підприємств і вертикальну інтеграцію.

Машинобудівні підприємства потребують переходу до активної фази здійснення системних інновацій. Інновації в логістичній діяльності промислових підприємств застосовуються у різноманітних аспектах (на різних етапах функціонування). Кожна операція на підприємстві буде ефективнішою у разі застосування інновацій. Використання інновацій у логістиці надає впевненості клієнтам у якісному та вчасному обслуговуванні. Розглядаючи логістичні інновації, не можна оминати новітні логістичні технології, які застосовуються у плануванні та інформаційному забезпеченні, що необхідне для ефективного використання транспортної і логістичної інфраструктури та обробки вантажопотоку. Все ширше застосовується електронна обробка даних, автоматизація виробництва і впровадження інших нових досягнень для вдосконалення структури інформаційних потоків у логістиці. Інновації, що використовуються в логістичній діяльності промислового підприємства, та переваги їх застосування описані в таблиці (табл. 1.19).

Таблиця 1.19

Інновації в логістиці та переваги їх застосування*

Інновації в логістиці	Переваги їх застосування
Інновації в постачанні ресурсів	Використовують систему MRP (планування потреби в ресурсах) – «комп'ютеризований прийом, зорієнтований на продукт, мета якого – мінімізувати запаси і дотримуватися графіка доставки». Удосконалений варіант (MRP II) має ширше застосування, ніж MRP, оскільки може бути використаний для планування не лише матеріальних ресурсів, але й трудових та фінансових ресурсів, виробничого устаткування
Інновації у перевезенні вантажів	Для запобігання простоям у заторі досвідчені логістичні компанії вдаються до допомоги сучасної техніки, оснащуючись спеціальним обладнанням для постійного відстеження стану вуличного руху, використовуючи для цього різні методи. Застосовується GPS-навігація та доступні засоби зв'язку, що допомагають безпосередньо під час перевезення коригувати маршрут. Безперервне відстеження ситуації на дорогах дає їм змогу набагато швидше доставляти вантажі, дотримуючись термінів перевезення

Продовження таблиці 1.19

Інновації в логістиці	Переваги їх застосування
Інновації внутрішньо-виробничої логістики	Для внутрішньовиробничої логістики взаємодія з операційним (виробничим) менеджментом визначається тривалістю основного виробничого циклу. Скорочення часу виробничо-технологічного циклу є одним з основних завдань внутрішньовиробничої логістики для тих фірм, які застосовують логістичні концепції «точно в термін», «бережливе виробництво»
Інновації у вантажопереробці, складуванні і зберіганні	У діяльності складів застосовують автоматизовані транспортно-складські системи (AS/RS), відомі як «автоматизований склад», обладнання карусельного типу, обладнання для роботи з упаковкою продукції чи з окремою її одиницею, конвеєри, роботи, системи сканування, що дають змогу швидко і чітко виконувати необхідну роботу
Інновації в розподілі/постачанні продукції/замовника ресурсів	Застосування комп'ютерної техніки дає змогу скоротити час між одержанням замовлення та відправкою продукції споживачу. Сьогодні серед логістичних технологій у дистрибуції поширення набули системи Efficient consumer response (ефективна реакція на споживача), QR (швидка реакція)
Інновації в управлінні запасами	Прагнення забезпечити ефективне, стратегічне, тактичне та оперативне управління процесами руху матеріальних, а також інформаційних, фінансових та інших потоків у процесі руху товару як в організаційних рамках торговельного підприємства, так і поза ними, що в майбутньому приведе до його стабільного розвитку.
Інновації в логістичному менеджменті	До управлінських інновацій, які застосовуються у логістиці, відносять і аутсорсинг, відповідно до якого виконання неключових функцій компанії покладається на зовнішню (третю) сторону, що являє собою спеціалізованого професійного провайдера послуг

* розроблено авторами

Сьогодні існує безліч логістичних технологій, застосування яких підвищує якість обслуговування та довіру споживачів до промислових підприємств. Формування конкурентних переваг передбачає застосування по відношенню до промислових підприємств економічно і соціально-обґрунтованих профілактичних і оздоров-

чих процедур, спрямованих на підвищення його конкурентоспроможності, запобігання негативним наслідкам і недопущення неплатоспроможності. Систему логістичного забезпечення конкурентних переваг машинобудівних підприємств за сучасних умов господарювання слід розглядати як спосіб взаємодії зовнішніх і внутрішніх механізмів їх розвитку (рис. 1.24).



Рис. 1.24. Система логістичного забезпечення підвищення конкурентних переваг промислового підприємства*

* розроблено авторами за [18, 31, 57, 65, 142]

Наведена система передбачає активне залучення логістичних підходів в якості інструмента управління, що забезпечує ефективність виробничої діяльності та розширення присутності промислового підприємства на ринку завдяки формуванню конкурентних переваг та посиленню конкурентних позицій машинобудівного підприємства. При формуванні стратегії розвитку машинобудівних підприємств слід враховувати необхідність комплексного, взаємодоповнюючого використання практики диверсифікації структури використовуваних засобів логістичного управління (для виробництва, маркетингу, збуту, управління тощо) як основи побудови стратегії, яка має спиратись на певні, визначені принципи розвитку та забезпечувати підвищення рівня відкритості економіки підприємств, доступності інструментів управління.

У нинішніх умовах для забезпечення конкурентних переваг підприємства важливо особливу увагу приділяти своєчасному формуванню нових стратегій розвитку. Логістика дає змогу оновити виробництво на основі довгострокової стратегії майбутнього.

Сучасна концепція логістики гармонізує інтереси постачальників і споживачів за рахунок розроблення адаптивних механізмів збалансування інтересів сторін із урахуванням вимог сучасних систем стратегічного управління. Стратегічна орієнтація розвитку виробництва досягається за рахунок управлінських ідей, що переростають у відповідні інновації. Це дає змогу своєчасно генерувати відповідні управлінські рішення, спрямовані у багатьох випадках на подальше розроблення інвестиційних проектів розвитку із урахуванням потреб як споживачів, постачальників, інших контрагентів, так і відповідних територій, галузей і сфер діяльності.

Важливим елементом логістичної системи, який створює умови для реалізації управлінських рішень, є грошовий потік. Як аналітичний інструмент грошовий потік широко використовується в управлінні розвитком підприємства, зокрема, для оцінки інвестиційних проектів, управлінні витратами. Грошові потоки від операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства є основним власним джерелом, що визначає потенціал його розвитку.

Пріоритет стратегічного динамічного підходу до управління процесами розвитку може забезпечити інтегроване логістичне рішення для грошових потоків, «адже скерування додаткових фінансових ресурсів на збільшення запасів матеріалів, товарів (операційна діяльність), на придбання більш прогресивної технології (інвестиційна діяльність) чи на придбання фінансових інст-

рументів (фінансова діяльність) може мати в перспективному плані різний прибутковий ефект» [53, с. 475].

З позицій логістики важливо враховувати можливості залучення додаткових грошових потоків через активну участь у формуванні необхідних для розвитку підприємства залучених та позичених коштів. При розгляді фінансових потоків підприємства в тріаді потоків (матеріальних, інформаційних і фінансових) логістика забезпечує системне дослідження їхніх взаємозв'язків та взаємозалежностей, оскільки дає змогу здійснювати синтезований розгляд загальної вартості та загальної швидкості переміщення цих потоків у динаміці із урахуванням особливостей процесів розвитку.

На перспективи розвитку підприємства істотно впливає вибір постачальників, технологій виробництва, транспортування, складування, що вимагає застосування більш або менш капіталомістких схем. Проте увага до можливостей логістичної оптимізації фінансових потоків є до останнього часу недостатньою. Інформація та фінансова складова все більше стають визначальними елементами в управлінні розвитком підприємств.

Важливим для забезпечення стійкого розвитку підприємства є формування інтегрованого логістичного рішення для грошових потоків від операційної, інвестиційної і фінансової діяльності на вході, проміжних процесах та на виході, оскільки скерування додаткових фінансових ресурсів на збільшення запасів матеріалів, товарів (операційна діяльність), на придбання більш прогресивної технології (інвестиційна діяльність) чи на придбання фінансових інструментів (фінансова діяльність) може давати на перспективу різний ефект. Тому доцільно розширити сферу розгляду варіантів розвитку за рахунок витрат фінансових потоків. В основу цього підходу покладено стандартне відношення «trade of» (чим менший рівень матеріальних запасів, тим вищий грошовий потенціал підприємства). Отже, зменшення рівня запасів відображає зменшення витрат запасів, а отже, збільшення грошових ресурсів; своєю чергою, збільшення грошових ресурсів означає отримання процентного доходу від володіння фінансовими інструментами [53, с. 475–476].

Сучасні погляди на розвиток передбачають трансформацію підходів до формування стратегій підприємств з позицій орієнтації на потреби споживача та забезпечення збалансованості управління розвитком підприємства, особливо за умов, коли воно входить до складу об'єднання. Така трансформація полягає у переорієнтації

стратегічного розвитку підприємств та їхніх об'єднань з традиційних напрямків розвитку на основі урахування тенденцій минулого на пошук нових сфер діяльності та ринків для нових товарів і послуг із застосуванням ефективних ділових моделей, що зорієнтовані на споживача і краще враховують інтереси сторін. Основні риси цих трансформаційних процесів, які полягають, насамперед, у зміні пріоритетів розвитку, наведено у таблиці 1.20.

Таблиця 1.20

**Зміна пріоритетів стратегічного розвитку підприємств
та їхніх об'єднань за умов глобалізації***

Пріоритети стратегічного розвитку	
минулого	майбутнього
1. Планування розвитку на основі вивчення та аналізу тенденцій минулого	1. Формування збалансованої програми розвитку на основі ефективних ділових моделей, зорієнтованих на задоволення перспективного попиту
2. Забезпечення технологічного розвитку	2. Організація випуску нових товарів, диверсифікація та інтенсифікація розвитку
3. Поглиблення внутрішньогалузевої спеціалізації та кооперування	3. Невпинний пошук найпривабливіших сфер діяльності на ринку через інтеграцію інтересів сторін
4. Концентрація уваги на виборі раціональних типів організації виробництва	4. Орієнтація на ефективні форми та канали збуту максимальним задоволенням потреб споживача

*розроблено авторами за [142]

Суть змін полягає в наступному: замість зосередження уваги на плануванні розвитку підприємства на основі вивчення та аналізу тенденцій минулого формується перспективна програма розвитку на основі сучасних систем стратегічного управління, наприклад, збалансованої системи показників, та ефективних ділових моделей, зорієнтованих на задоволення перспективного попиту; зміщуються акценти із забезпечення технологічного розвитку підприємства на пошук нових ринків, їхніх сегментів для своєчасного виходу на них із новими товарами; замість концентрації уваги на поглибленні внутрішньогалузевої спеціалізації та кооперування відбувається постійна переорієнтація на найпривабливіші сфери ринкової діяльності з урахуванням можливостей оптимального поєднання інтересів сторін; зростає значення пошуку ефективних

форм та каналів збуту порівняно із змінами в організації виробництва. Відобразити зміну підходів до формування стратегій підприємств та їхніх об'єднань з позицій логістики розвитку можна за допомогою схеми, наведеної у таблиці 1.21.

Таблиця 1.21

**Зміна підходів до формування стратегій підприємств
та їхніх об'єднань з позицій логістики розвитку***

Підприємства минулого	Підприємства майбутнього
Орієнтація на вдосконалення і розвиток:	
– виробничих потужностей	– збутових потокових процесів
– виробництва	– ринку і попиту
– потокових процесів з позицій виробництва	– потокових процесів з позицій споживачів (замовників)
– поділу праці у виробництві	– формування дієздатного колективу
– технології управління виробничими процесами	– процесу інтеграції управління потоковими процесами
– партій виробництва виробів	– партій поставок виробів

* розроблено авторами

Зміна підходів до формування стратегій підприємств та їхніх об'єднань з позицій логістики розвитку полягає у переорієнтації уваги на збутові потокові процеси, на відміну від зосередженості на використанні виробничих потужностей, тобто зміщення акцентів у бік потреб ринку й можливостей задоволення попиту замість основної уваги на процесах виробництва; – переході на інтегроване управління потоковими процесами із чітким урахуванням потреб споживача та колективу підприємства, зокрема, при визначенні оптимальних партій поставок, на відміну від попередніх уявлень про концентрацію уваги на виробничих процесах.

Логістичні заходи дають змогу удосконалювати внутрішні та зовнішні кластерні зв'язки у такий спосіб, щоб забезпечити позитивний взаємний вплив окремих елементів і домагатись синергетичного ефекту в діяльності підприємства, особливо на перективу. Для цього важливо на основі діагностики стану підприємства виявити саме ту інформацію, яка є найістотнішою для успішного управління процесами постачання та збуту продукції. Сучасним інструментом між ланками ланцюга постачання, виробництва та збуту може бути система управління ресурсами підприємства (ERP). Для забезпечення необхідних умов для розвитку підприємства необхідно сфокусувати інвестиції на найефективніших проектах [31].

Стратегічне логістичне управління розвитком підприємства дає змогу оптимально сформувати та організувати раціональне використання потенціалу підприємства у часі і просторі. Для підвищення ефективності цих процесів необхідно підібрати та адаптувати або розробити відповідні механізми логістичного управління розвитком підприємства, зорієнтовані на забезпечення його конкурентних переваг на ринку. З цією метою розроблено сучасні інструменти реалізації цілей розвитку за певними групами бізнес-процесів. Ці інструменти відображено у таблиці 1.22.

Таблиця 1.22

Сучасні інструменти реалізації цілей розвитку підприємств*

Групи бізнес-процесів	Інструмент реалізації
Взаємодія із постачальниками	Системи SCM (Supply Chain Management)
Взаємодія із замовниками (споживачами)	Системи CRM (Customer Relationships Management)
Управління ресурсами	Системи ERP (Enterprise Resources Planning)
Управління продукцією (контроль, зберігання та надання необхідної інформації)	Системи PLM (Product Lifecycle Management) і PDM (Product Data Management)

*сформовано авторами

Успішні підприємства намагаються автоматизувати не окремі процеси (облікові, складські операції), а зв'язані ланцюжки (управління постачанням, збутом, фінансами, інвестиційною та інноваційною діяльністю), що сприяє формуванню комплексних управлінських рішень. Ступінь використання потенціалу інформаційних технологій при реалізації бізнес-завдань залежить від розуміння керівництвом природи бізнесу та участі у розробці й реалізації стратегії підприємства.

Очевидним є те, що жодна система управління підприємством не спроможна успішно розв'язати всі проблеми, які виникають у ході його діяльності. Для отримання максимального ефекту вибрана система повинна бути адаптована як керівництвом, так і колективом підприємства, враховувати специфіку його діяльності та бути зорієнтованою на конкретні цілі.

Підвищити адаптивність логістичних потоків до нових умов і гнучкість діяльності підприємства можна з допомогою реінжинірингу. Його потенціал радикальних змін дає змогу досліджу-

вати бізнес-процеси підприємства із урахуванням поставлених цілей розвитку та забезпечує їхній логічний взаємозв'язок. В результаті це дає змогу точно ставити цілі й передбачати кінцеві результати за кожним видом діяльності.

Як прикладний логістичний інструментарій доцільно використовувати, зокрема, такі рішення, концепції та системи, як глобальна логістична стратегія (Global Sourcing), «зробити чи купити» (Make or Buy – МОВ), АВС/XYZ аналіз, модульне та гнучке виробництво. АВС-аналіз передбачає поділ матеріалів на дуже важливу (А), істотну (В) та маловажливу (С) складові і використовується в задачах оптимізації рівня спеціалізації виробництва, товарної та асортиментної політики, формування запасів готової продукції тощо. В основі АВС-аналізу лежать вартісні оцінки, а в основі XYZ-аналізу – групові оцінки точності прогнозу споживання матеріальних ресурсів. У реалізації фінансових потоків є об'єкти логістичних рішень, для яких реляції «trade off» щодо матеріальних потоків відсутні або малоістотні. Серед них можна відзначити задачу МОВ щодо джерел інвестиційних ресурсів та обґрунтування стратегії обмеження економічного ризику глобальних організацій.

Якісні перетворення в управлінні підприємством створюють умови для його розвитку на інноваційній основі. Логістика передбачає системне управління процесами змін не лише всередині підприємства, але й у стосунках з його партнерами. Важливим є вміння визначати точку життєвого циклу у якому перебуває підприємство, що дає змогу планувати і управляти його розвитком. В основі вибору критерію оцінки фази життєвого циклу підприємства має бути визначення місця підприємства у конкурентній боротьбі.

Інтегральна оцінка фази життєвого циклу підприємства може бути здійснена через поняття його конкурентного статусу, яка ґрунтується на внутрішньому потенціалі підприємства, його позиціях у конкурентних сегментах ринку і здатності утримувати їх під впливом дестабілізуювальних факторів зовнішнього середовища. Ця оцінка включає такі компоненти:

- конкурентна позиція (місце підприємства у конкретних сегментах ринку);
- конкурентоспроможність (оцінка внутрішнього потенціалу (стану) підприємства стосовно конкурентів);
- конкурентостійкість (здатність протистояти дестабілізуювальному впливу зовнішніх чинників). Узгодженість цілей підприємства з потенційними можливостями виробництва і реалізації про-

дукції і цілями споживачів, постачальників, посередників і конкурентів забезпечує планування маркетингових взаємодій підприємства. За О. Овечкіною [22, с. 232] логістичні процеси доцільно розглядати у системі виробничо-маркетингової діяльності підприємств та їхніх об'єднань.

Системний розгляд питань моніторингу зовнішнього середовища як єдиного маркетингового процесу оцінки і досягнення конкурентного становища підприємства на цільових ринках здійснюється в STP-маркетингу.

Підприємство перетворює потреби покупців на власні доходи. Схематично процес STP-маркетингу зображено на рис. 1.25.

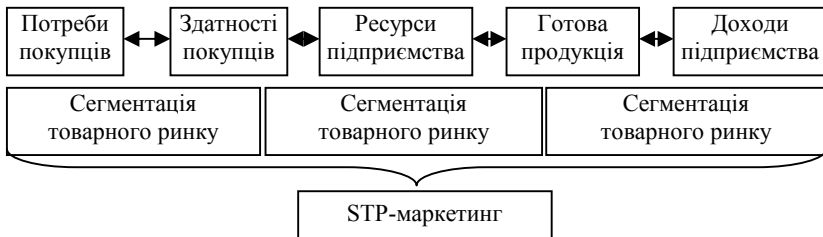


Рис. 1.25. STP-маркетинг (набуття конкурентних переваг на цільових ринках)*

*розроблено авторами за [22]

На заключному етапі моніторингу ринку здійснюється оцінка вибраних ринкових сегментів. Вона базується на характеристиці їхнього ринкового потенціалу. Його верхня межа визначається рівнем платоспроможного попиту, а нижня межа – обсягом пропозиції продукції. Прибутковість та перспективи розширення відібраних ринкових сегментів визначають за допомогою матриці чинників, що визначають рівень привабливості цих ринкових сегментів (табл. 1.23).

Таблиця 1.23

Матриця чинників привабливості ринкових сегментів*

Показник привабливості сегмента	Сегмент			
	А	В	С	Б
Ринковий потенціал				
Рівень конкуренції				
Рівень прибутковості				
Динаміка сегменту				
Інвестиційна привабливість				

*розроблено авторами

На основі цієї матриці та конкурентних карт цільових ринків визначається співвідношення сил на ринку та опрацьовуються підходи до вибору власної конкурентної стратегії. Аналіз поточних ринкових позицій підприємства супроводжується оцінкою його маркетингового потенціалу, сукупності її інформаційних, економічних, логістичних і комунікативних можливостей, які можуть бути використані у перспективі. Маркетинговий потенціал підприємства визначають на основі оглядів та прогнозів кон'юнктури ринку за допомогою рейтингових матриць маркетингового потенціалу підприємства. Цей потенціал може являти собою оцінку маркетингових зусиль підприємства як у короткостроковому, так і у довгостроковому періоді. У цих матрицях вихідна і результуюча (кінцева) інформація може трансформуватись, що дає підприємству змогу порівнювати планові показники з фактичними результатами і на цій основі розробляти напрями своїх маркетингових взаємодій.

Таблиця 1.24

Матриця маркетингового потенціалу підприємства*

Стадія життєвого циклу товару	Оцінка факторів маркетингового потенціалу підприємства**						
	Характеристика ринку	Стратегічне планування	Тактичне планування	Результативність контролю	Ефективність маркетинг-міксу	Рівень корпоративної культури	Загальна оцінка маркетингового потенціалу
I. Розроблення нового товару							
II. Впровадження товару на галузевому ринку							
III. Збільшення обсягів збуту							
IV. Зрілість							
V. Насичення галузевого ринку товарами певного виду							
VI. Спад							
VII. Розробка нового товару (початок нового циклу)							

* розроблено авторами;

** оцінка факторів маркетингового потенціалу підприємства здійснювалась порівняно з його конкурентами

Матриця маркетингового потенціалу підприємства подана у таблиці 1.24. Ця матриця дає змогу розробити ефективні бізнес-моделі управління логістичними ланцюжками.

Використання матриці маркетингового потенціалу дає змогу на основі розгляду сукупності її економічних та логістичних можливостей вибрати саме ті, які доцільно активізувати у перспективі. Використовуючи комплекс маркетингових інструментів, підприємства намагаються забезпечити конкурентоспроможність своїх товарів за рахунок впровадження інновацій, спрямованих на підвищення якості, забезпечення високого рівня сервісу, високої швидкості доставки, вигідних фінансових умов постачання і цін для клієнтів.

Важливий матеріал для прийняття стратегічних рішень може дати модель PIMS (profit impact of market strategy), яка дає змогу вибирати зручні способи майбутніх дій для отримання високих доходів. У ній показники, які впливають на рівень прибутку, поділені на три групи: 1) конкурентна позиція бізнесу; 2) характеристика і привабливість ринку; 3) виробнича структура компанії (об'єднання).

Модель PIMS виокремлює фактори, які найбільшою мірою впливають на рівень прибутку: капіталомісткість, відносна якість продукції, відносна частка ринку та продуктивність праці.

Згідно з вартісною моделлю планування на основі вибраної стратегії приріст акціонерного капіталу залежить від величини та швидкості руху грошових потоків; зміни вартості капіталу, що впливає на рух майбутніх грошових потоків; динаміки ринкової вартості зобов'язань (довгострокової кредиторської заборгованості і портфеля облігацій). Сутність вартісних моделей полягає в оцінці потоку грошових засобів внаслідок запропонованих темпів збільшення обсягів реалізації, маржі операційного прибутку, змін податкових ставок, інвестицій, тривалості періоду приросту вартості (часу, протягом якого стратегія забезпечує підвищення норми прибутку).

Портфельні і вартісні моделі планування, доповнюючи одна одну, дають змогу оцінювати ефективність вибраних стратегій та планувати їхнє подальше вдосконалення.

Результати оцінювання згідно з моделями мають слугувати для подальшої роботи у напрямку вибору й пристосування сучасних систем стратегічного управління типу збалансованої системи показників, системи показників відповідальності до потреб забезпечення динамічного розвитку об'єднань підприємств, включаючи потреби окремих підприємств, що увійшли до їхнього складу, а також партнерів у взаємовідносинах на ринку.

Логістика має виступати як профільна функція, яка об'єднує такі фази, як постачання, виробництво та збут. Своєю чергою, до функцій логістики у різних сферах (галузях) з позицій перспективних управлінських та інвестиційних рішень можна зарахувати формування цілей управління, стратегії розвитку, системи контролінгу та інформаційних потоків.

Логістичні підходи до управління розвитком об'єднань підприємств дають можливість у комплексі розглядати питання матеріально-технічного, фінансового, інвестиційного та інформаційного забезпечення підприємства. Це дає змогу формувати збалансовані стратегії, програми та плани розвитку різних суб'єктів господарювання, зокрема, тих, що входять до складу об'єднань, а також враховувати можливості співпраці із партнерами.

Таким чином, для розвитку на основі підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання необхідні умови повинен забезпечити системний розгляд питань перспектив розвитку підприємства з позицій маркетингу і логістики. Лише зважені інтегровані підходи до питань розвитку підприємства може забезпечити успіх при прийнятті відповідних логістичних рішень. Ці підходи повинні передбачати здійснення збалансованого переходу у діяльності підприємства на вирішення завдань його інноваційно-інвестиційного розвитку як на найближчу, так і на віддалену перспективу. З позицій логістики виробничого підприємництва важливо домагатися скорочення інноваційних та технологічних циклів, виробничих та транспортних процесів, а самі процеси розвитку об'єднань підприємств розглядати у нерозривному зв'язку із задоволенням потреб споживача. Все це вимагає розроблення нових та вдосконалення методів отримання, передавання, оброблення та використання інформації про потенціал споживачів та новітніх інформаційних технологій стосовно управління процесами розвитку як окремих підприємств, так і їхніх об'єднань.

Список використаних джерел

1. Аалдерс Р. Аутсорсинг: практическое руководство / Р. Аалдерс. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2003. – 470 с.
2. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО «Тип «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.

3. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия, и практика / Г. Л. Азов. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 280 с.
4. Айвазян З. С. Бизнес на «пустом месте» / З. С. Айвазян // Финансист. – 2002. – № 4. – С. 25.
5. Альошинський Є. С. Організаційні принципи планування мультимодальних перевезень / Є. С. Альошинський // Технологічний аудит и резервы производства. – 2013. – № 6 (6). – С. 4–6.
6. Аникин Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента : учеб. пособ. / Б. А. Аникин, И. Р. Рудая. – М., 2007. – 287 с.
7. Антонюк Д. А. Розвиток інституціональної інфраструктури підприємництва регіону в процесі європейської інтеграції : монографія / Д. А. Антонюк. – Львів ; Запоріжжя, 2015. – 340 с.
8. Аутсорсинг: реорганізація системи логістичного управління [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/71747/logistika/outsorsing_reorganizatsiya_sistemi_logistichnogo_upravlinnya.
9. Базилевич В. Д. Страхові послуги : підручник / В. Базилевич, Р. Пікус, Н. Приказюк. – Київ : Логос, 2014. – Ч. 2. – 544 с.
10. Бакута А. В. Логістичний аутсорсинг як інноваційний метод в управлінні конкурентоспроможністю сучасного підприємства / А. В. Бакута, Д. В. Борисенко // Економічний вісник ДВНЗ «Український держ. хім.-технолог. ун-т». – 2015. – № 2. – С. 92–97.
11. Бауэрсокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсокс, Д. Дж. Клосс ; пер. с англ. – М., 2001. – 640 с.
12. Белецкая И. И. Конкурентоспособность в ее современной трактовке / И. И. Белецкая // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 10. – С. 81–88.
13. Белоус О. П. Менеджмент: конкурентоспособность и эффективность / О. П. Белоус, Е. Г. Панченко. – Київ, 2002. – 40 с.
14. Бойко О. В. Перспективи використання концесії у сфері портового господарства / О. В. Бойко, М. І. Башинська, С. А. Горбаченко // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 8. – С. 45–49.
15. Бондар Н. М. Світовий досвід державно-приватного партнерства у транспортній галузі [Електронний ресурс] / Н. М. Бондар // Ефективна економіка. – 2010. – № 6. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_6_19
16. В Україні приймуть закон, що регулює мультимодальні перевезення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cargo-ukraine.com/uk/v-ukrayini-prijmut-zakon-yakij-regulyuye-multimodalni-pereve/zennya/>
17. Вернигора Р. В. Мультимодальні перевезення як базовий сегмент транзитного потенціалу України / Р. В. Вернигора, А. М. Окороков, П. С. Цупров, О. І. Павленко // Транспортні системи та технології перевезень : зб. наук. пр. – 2017. – Вип. 14. – С. 20–29.

18. Вернюк Н. О. Логістичний аутсорсинг як чинник глобальних конкурентних переваг / Н. О. Вернюк, І. М. Новак, О. О. Школьников // Економіка та управління підприємствами. – 2016. – № 7 (181). – 2016. – С. 184–193.

19. Верховна Рада України. Законодавство України. Закладка «Пошук документів за реквізитами» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/find/a?text=>

20. Вікіпедія – вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/>Логистика.

21. Войчак А. В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А. В. Войчак, Р. В. Кажишніков // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50–53.

22. Волинець Л. М. Концептуальні аспекти формування мульти-модальних перевезень в умовах глобалізації / Л. М. Волинець // Економіка та управління на транспорті. – 2018. – Вип. 7. – С. 121–132.

23. Глазун В. В. Аутсорсинг логістичних послуг: реалії та тенденції [Електронний ресурс] / В. В. Глазун, С. Р. Бондаренко, С. І. Запороженко // Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електрон. наук. фах. вид. – 2019. – № 3 (20). – Режим доступу: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/20-2019-ukr>

24. Гончарова Т. А. Переваги використання логістичного аутсорсингу [Електронний ресурс] / Т. А. Гончарова. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/29599/1/47.pdf>.

25. Готтшальк П. ИТ-аутсорсинг: построение взаимовыгодного сотрудничества / П. Готтшальк, Х. Солли-Сеттер ; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 390 с.

26. Гюнтер А. Контрактная логистика и аутсорсинг [Электронный ресурс] / А. Гюнтер, Р. Джермейн. – Режим доступа: https://www.dbschenker.com/file/2847104/data/cl_in_russia.pdf

27. Данько М. І. Забезпечення конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах міжнародних транспортних коридорів : монографія / М. І. Данько, В. Л. Дикань, Н. В. Якименко. – Харків : УкрДАЗТ, 2008. – 170 с.

28. Данько Т. П. Управление маркетингом : учебник / Т. П. Данько. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 334 с.

29. Дафт Р. Л. Менеджмент / Р. Л. Дафт. – СПб., 2004. – 864 с.

30. Дергачова В. В. Роль та значення міжнародного аутсорсингу: зарубіжний досвід та перспективи його впровадження в Україні / В. В. Дергачова, Д. В. Островерха // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2017. – С. 95–97.

31. Дідух О. В. Визначення основних переваг та недоліків використання аутсорсингу у господарській діяльності підприємств / О. В. Дідух // Інноваційна економіка. – 2013. – № 3 (41). – С. 128–131.

32. Довба М. О. Аутсорсинг на ринку логістичних послуг: перспективи в Україні / М. О. Довба, О. А. Русановська, Н. Ю. Трофимчук // Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. – 2011. – Вип. 7. – С. 70–74.
33. Довгань В. Як розвивати мультимодальні перевезення? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://cfts.org.ua/blogs/yak_rozvivati_multimodalni_perevezennya_393
34. Додин Е. В. Либерализованный режим таможенного контроля и оформления // Митна справа. – 2006. – № 3. – С. 3–11.
35. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посіб. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006. – 384 с.
36. Дубовик О. В. Управління маркетинговими дослідженнями в процесі формування конкурентних переваг : монографія / О. В. Дубовик. – Львів : ЛБІ НБУ, 2005.
37. Жовтяк Г. А. Теоретико-методичні підходи до визначення поняття «транспортна інфраструктура регіону» / Г. А. Жовтяк // Ефективна економіка. – 2011. – № 11. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_35
38. Завгородній К. В. Обґрунтування концепції стратегічної програми розвитку логістичного аутсорсингу на регіональному рівні / К. В. Завгородній // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2016. – Вип. 14. – С. 226–232.
39. Завгородняя А. А. Маркетинговое планирование / А. А. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. – СПб. : Питер, 2002. – 352 с.
40. Задорожна Н. Поняття конкурентних переваг // Підприємництво, господарство і право. – 2005. – № 1. – С. 100–103.
41. Золотов В. А. Аутсорсинг – бизнес-стратегия и способ повышения конкурентоспособности компании / В. А. Золотов // Железнодорожный транспорт. – 2006. – № 6. – С. 56–60.
42. Зони вільної торгівлі на початку XXI століття : монографія / О. І. Шнирков та ін. ; за ред. О. І. Шниркова, В. І. Муравйова. – Київ : Київський університет, 2013. – 399 с.
43. Иванов П. Что в голове у умной компании / П. Иванов // Компан&он. – 2006. – № 47 (24–30 ноября 2006 р.). – С. 46–50.
44. Ивлев А. Г. Аутсорсинг организационного развития [Электронный ресурс] / А. Г. Ивлев. – Режим доступа: <http://quality.eur.ru/index.php>
45. Інтегрований звіт АТ «Укрзалізниця», 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.uz.gov.ua/about/investors/>
46. Календжян С. О. Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний / С. О. Календжян. – М. : Дело, 2003. – 270 с.

47. Карпінський Б. Транспортна система України в контексті європейської інтеграції / Б. Карпінський, Б. Макух // Економіка України. – 2008. – № 7 (440). – С. 17–23.
48. Каспрук О. С. Проблеми правового регулювання міжнародних мультимодальних перевезень / О. С. Каспрук // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. I. – С. 93–100.
49. Клименко Е. Н. Критерии выбора маркетинговой стратегии и ее виды / Е. Н. Клименко // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2000. – № 8. – С. 36–40.
50. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю : навч. посіб. / Л. С. Кобиляцький. – Київ : Зовнішня торгівля, 2003. – 304с.
51. Концепція реформування транспортного сектора України / Ю. М. Цветков, Л. М. Соколов, Ю. М. Федюшин та ін. // Збірник наукових праць. – Київ, 2009. – 67 с.
52. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под общ. и научн. ред. В. И. Сергеева. – М., 2008. – 976 с.
53. Коуз Р. Г. Природа фірми: вплив / Р. Г. Коуз ; пер. з англ. // Природа фірми: Походження, еволюція і розвиток. – Київ : А.С.К., 2002. – С. 84–101.
54. Кошкарьова Є. Л. Сучасні тенденції світового ринку ІТ-аутсорсингу / Є. Л. Кошкарьова // Вісник Харківського національного університету імені Каразіна. – 2016. – Вип. 91. – С. 153–160.
55. Криворучко О. П. Сутність транспортної інфраструктури України на сучасному етапі / О. П. Криворучко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2019. – Вип. 33. – С. 25–28.
56. Крикавський Є. В. Логістика: компендіум і практикум : навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Н. Чухрай, Н. В. Чернописька. – Київ : Кондор, 2009. – 320 с.
57. Крикавський Є. Логістичне управління : підручник / Є. Крикавський. – Львів : вид-во НУ «Львівська політехніка», 2005. – 684 с.
58. Кротков А. М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А. М. Кротков, Ю. Я. Еленина // Маркетинг. – 2006. – № 6. – С. 10–12.
59. Круглов В. В. Моделі державно-приватного партнерства / В. В. Круглов // Держава та регіони. Серія: Державне управління. – 2018. – № 2 (62). – С. 56–61.
60. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н. В. Куденко. – Київ : КНЕУ, 2002. – 245 с.
61. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : підручник / Н. В. Куденко. – Київ : КНЕУ, 2012. – 523 с.
62. Куденчук В. Г. Теоретичні аспекти та сутність державно-приватного партнерства в Україні / В. Г. Куденчук // Молодий вчений. – 2015. – № 5 (1). – С. 166–170.

63. Кузьменко А. В. Досвід та закономірності формування світової транспортно-логістичної інфраструктури / А. В. Кузьменко // Науковий огляд, 2015. – № 7 (17). – С. 5–18.

64. Куйбіда В. Регіональна політика: правове регулювання. Світовий та український досвід / В. Куйбіда, А. Ткачук, Т. Забуковець-Ковачич ; за заг. ред. Р. Ткачука. – Київ : Леста, 2010. – 224 с.

65. Кулакова В. Аутсорсинг логістичних бізнес-функцій комерційних підприємств / В. Кулакова, В. Г. Щербак // Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи» : матеріали II Всеукр. наук. інтернет-конф. (7 грудня 2017 р., м. Київ). – Київ : КНУТД, 2017. – С. 427–435.

66. Кухарчик О. Г. Ринок мультимодальних перевезень регіону та стратегія його розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / О. Г. Кухарчик. – Одеса : ОНАХТ, 2019. – 20 с.

67. Кухарчик О. Г. Сутність та особливості розвитку регіонального ринку мультимодальних перевезень / О. Г. Кухарчик // Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. – 2019. – № 2. – С. 410–419.

68. Лабмен Жан-Жак. Менеджмент, орієнтований на ринок / Жан-Жак Лабмен ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2005. – 800 с.

69. Лактионова О. Е. Формирование логистических систем: методология и практика : монография / О. Е. Лактионова. – Донецк, 2002. – 319 с.

70. Лимонов Э. Л. Внешнеторговые операции морского транспорта и мультимодальные перевозки / Э. Л. Лимонов. – СПб., 2000. – 416 с.

71. Ліба Н. С. Реалізація державно-приватного партнерства у системі регіональної промислової політики / Н. С. Ліба // Науковий вісник Мукачів. держ. ун-ту. Економіка. – 2017. – Вип. 2. – С. 126–132.

72. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок / В. В. Дыбская, Е. И. Зайцев, В. И. Сергеев, А. Н. Стерлигова. – М. : Эксмо, 2009. – 944 с.

73. Львовчкін М. О. Державно-приватне партнерство як економічна категорія / М. О. Львовчкін // Європейські перспективи. – 2016. – Вип. 2. – С. 181–190.

74. Мандра В. В. Аналіз світового досвіду управління транспортно-логістичним центром / В. В. Мандра // Економічний аналіз : зб. наук. пр. – Тернопіль, 2016. – № 2. – Т. 24. – С. 92–97.

75. Маркетинговий аналіз : навч. посіб. / В. В. Липчук. – Київ : Академвидав, 2007. – 216 с.

76. Мироя экономика и международный бизнес : учебник / под ред. В. В. Полякова, Р. К. Щенина. – М. : Кнорус, 2008. – 688 с.

77. Миротин Л. Б. Логистика для предпринимателей : учеб. пособ. / Л. Б. Миротин, И. Э. Ташбаев. – М. : Инфра-М, 2003. – 252 с.
78. Митний кодекс України : закон України від 11.07.2002 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 38–39. – Ст. 288.
79. Михайлов Д. М. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса : учеб. пособ. / Д. М. Михайлов. – М. : КноРус, 2006. – 256 с.
80. Михеев В. А. Государственно-частное партнерство: политика и механизм реализации / В. А. Михеев // Проблемы формирования государственных политик в России. – М. : Науч. эксперт, 2006. – 570 с.
81. Міщенко І. В. Митна логістика в Україні: поняття та перспективи розвитку / І. В. Міщенко // Митна справа. – 2012. – № 2. – С. 26–29.
82. Міщенко І. В. Правові основи логістизації митних процедур в Україні / І. В. Міщенко // Актуальні проблеми держави і права : зб. наук. пр. – Вип. 57. – Одеса : Юрид. л-ра, 2011. – С. 399–405.
83. Міщенко С. П. Напрямки забезпечення економічної безпеки залізничного транспорту / С. П. Міщенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 34. – С. 206–209.
84. Мультиmodalні міжнародні вантажоперевезення: особливості та переваги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www/cargo-ukraine.com/uk/multimodalni-mizhnarodni-vantazhoperevezennya-osoblivosti/>
85. Мустафіна Д. В. Поняття та характер державно-приватного партнерства (світова практика) [Електронний ресурс] / Д. В. Мустафіна. – Режим доступу: http://www.sedu.com.ua/wp-content/uploads/2015/07/202_.pdf
86. Назаренко В. М. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности / В. М. Назаренко, К. С. Назаренко. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2000. – 150 с.
87. Новікова А. М. Україна в системі міжнародних транспортних коридорів / А. М. Новікова. – Київ, 2003. – 498 с.
88. Овечкина Е. А. Маркетинговое планирование : конспект лекцій / Е. А. Овечкина. – Київ : МАУП, 2002. – 264 с.
89. Офіційний сайт АТ «Укртрансгаз» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://utg.ua/utg/gts/trunk-pipelines.html>
90. Офіційний сайт АТ «Укртранснафта» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrtransnafta.com/>
91. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua>
92. Офіційний сайт Світового банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org.ua>
93. Павлюк К. В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави / К. В. Павлюк, С. М. Павлюк // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 10–19.

94. Пасічник А. М. Транспортно-логістична інфраструктура України: проблеми та перспективи розвитку / А. М. Пасічник, І. Г. Лебідь, В. В. Кутирев // *Управління проектами, системний аналіз і логістика*. Технічна серія. – 2012. – Вип. 10. – С. 192–198.
95. Пашинська, К. С. Форми державно-приватного партнерства / К. С. Пашинська // *Економічний аналіз* : зб. наук. пр. ; редкол.: В. А. Дерій та ін. – Тернопіль, 2015. – Т. 22. – № 1. – С. 48–52.
96. Петренко О. І. Проблеми розвитку мультимодальних перевезень в Україні та шляхи їх розв'язання [Електронний ресурс] / О. І. Петренко, Т. В. Дереповська // *Ефективна економіка*. – 2017. – № 5. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5582>
97. Пирог О. В. Концесія як перспективна форма державно-приватного партнерства: переваги та недоліки / О. В. Пирог, І. С. Процик, М. І. Томич // *Молодий вчений*. – 2019. – № 2 (2). – С. 641–646.
98. Питуляк Н. С. Зарубіжний досвід функціонування логістичних центрів / Н. С. Питуляк // *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу* : зб. тез доп. Четвертої міжнар. наук.-практ. конф. (29 вересня – 1 жовтня 2010 р.). – Суми : Сум. Держ. ун-т, 2010. – С. 175–177.
99. Полякова О. М. Сучасні тенденції розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні і світі / О. М. Полякова, О. В. Шраменко // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. – 2017. – Вип. 58. – С. 126–134.
100. Портер М. Е. Конкуренція : учеб. пособ. / М. Е. Портер ; пер. с англ. под ред. Я. В. Заблоцкого. – М. : Вільямс, 2000. – 495 с.
101. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
102. Поспех Л. З. Организация аутсорсинга / Л. З. Поспех // *Актуальные проблемы развития экономики*. – Иркутск, 2006. – 183 с.
103. Прейгер Д. Реалізація потенціалу транспортної інфраструктури України в стратегії посткризового економічного розвитку / Д. Прейгер. – Київ : НІСД, 2011. – 36 с.
104. Приказюк Н. В. Вектори розвитку автотранспортного страхування в Україні / Н. Приказюк, Т. Моташко // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. – 2015. – С. 37–47.
105. Пріоритети стабілізації економіки / за ред. Є. Крикавського. – Львів : Місіонер, 1995. – 190 с.
106. Про державно-приватне партнерство [Електронний ресурс] : закон України, від 01.07.2010 р., № 2404-VI. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>
107. Про затвердження критеріїв оцінки підприємств-резидентів, до товарів і транспортних засобів яких може встановлюватися

спрощений порядок застосування процедур митного контролю та митного оформлення : наказ ДМСУ від 10.08.2009 р., № 735 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 69. – Ст. 2401.

108. Про затвердження Критеріїв оцінки підприємств-резидентів, щодо товарів яких може встановлюватися спрощений порядок застосування процедур митного оформлення : наказ ДМСУ, МЕРСІУ, ДПАУ від 11.08.2004 р., № 590/296/468 // Офіційний вісник України. – 2004. – № 33. – Ст. 2218.

109. Про затвердження критеріїв оцінки та порядку визначення підприємств-резидентів України, під час провадження якими зовнішньоекономічної діяльності застосовується режим сприяння : наказ ДМСУ, МЗЕЗТорг України, ДПАУ від 07.07.1999 р. № 411/488/357 // Офіційний вісник України. – 1999. – № 30.

110. Про затвердження Порядку визначення підприємств-резидентів, до товарів і транспортних засобів яких може встановлюватися спрощений порядок застосування процедур митного контролю та митного оформлення : наказ ДМСУ від 10.08.2009 р., № 736 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 69. – Ст. 2401.

111. Про концесію [Електронний ресурс] : закон України від 03.10.2019, № 155–ІХ. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/155-20>

112. Про сприяння зовнішньоекономічній діяльності : постанова КМУ від 14.04.1999 р. № 593 // Урядовий кур'єр. – 1999. – 22 квіт.

113. Прокудін Г.С. Аналіз розвитку логістичного аутсорсингу в Україні / Г. С. Прокудін // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – Вип. 4 (15). – С. 202–209.

114. Прудковских В. Ниши для логистов / В. Прудковских // Компан&он. – 2006. – № 15 (24–30 апреля 2006 р.). – С. 54–58.

115. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М., 1999. – 479 с.

116. Рамкові стандарти безпеки та полегшення всесвітньої торгівлі Всесвітньої митної організації: міжнародна угода // База даних «Законодавство України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/976_003.

117. Рахматулина Г. Основные проблемы и перспективы антеграционного сотрудничества государств СНГ в области транспорта / Г. Рахматуллина // Евразийская экономическая интеграция, 2009. – № 2 (3). – С. 119–129.

118. Рославцев Д. Дослідження аспектів використання аутсорсингу в логістиці на стратегічному і тактичному рівнях роботи підприємства / Д. Рославцев, А. Бархаев // Научно-технический сборник. – 2008. – № 82. – С. 292–296.

119. Руснак А. В. Аутсорсинг в производстве оборудования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sub.contract.ni/conf.2002/doc.4.asp/>. 2003
120. Савенко С. В. Развитие транспортно-логистических центров в европейском регионе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://transportinform.com/logistika/315-razvitie-transportno-logisticheskikh/centrov.html>.
121. Садловська І. П. Стратегічне управління національною транспортною інфраструктурою України : монографія / І. П. Садловська. – Київ : ПП «Сердюк В. Л.», 2011. – 356 с.
122. Смирнов І. Г. Транспортна логістика : навч. посіб. / І. Г. Смирнов, Т. В. Косарева. – Київ : Центр навч. л-ри, 2008. – 224 с.
123. Смокова Т. М. Визначення поняття та склад транспортно-логістичної інфраструктури / Т. М. Смокова // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2019. – № 3. – С. 160–167.
124. Соколова О. Є. Концептуальні засади формування мультимодальної системи перевезення вантажів / О. Є. Соколова // Наукоємні технології. – 2014. – № 1. – С. 114–118.
125. Соколова О. Є. Теоретичні основи організації та розвитку мультимодальних перевезень в Україні / О. Є. Соколова, Т. А. Акімова, Л. О. Сулима // Економічний простір. – 2014. – № 83. – С. 91–103.
126. Солодаренко М. Сутнісно-теоретичні підходи до розуміння категорії державно-приватне партнерство / М. Солодаренко // Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – 2015. – № 3 (223). – С. 156–172.
127. Стан здійснення ДПП в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9/fe90c5e-2f7b-44b2-8bf1-1ffb7ee1be26&title=StanZdiisnenniaDppVUkraini>
128. Сумець О. Основні компоненти логістичного менеджменту в аспекті забезпечення безпеки й ефективної логістичної діяльності підприємств / О. Сумець // Коммунальное хозяйство городов. – 2014. – № 111. – С. 194–201.
129. Тарнавська Н. П. Організаційні та інфраструктурні передумови створення міжнародного логістичного центру / Н. П. Тарнавська, Р. Б. Сивак // Бізнес–Інформ. – 2013. – № 13. – С. 29–35.
130. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства : монографія / за ред. Ю. Б. Іванова, О. М. Тищенко. – Харків, 2006. – 384 с.
131. Терминология комбинированных перевозок (Terminology on combined transport) [Электронный ресурс]. – New York and Geneva, 2001. – 69 с. – Режим доступа: <http://www.internationaltransportforum>.
132. Транспорт і зв'язок України: статистичний збірник, 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/08/zb_tr2018pdf.pdf

133. Транспортное страхование. CMR страхование [Электронный ресурс] / Информационный портал в сфере современной логистики. – Режим доступа: http://logisticsinfo.ru/main/art_all_trstrah.shtml
134. Троицкая Н. А. Мультимодальные системы транспортировки и интермодальные технологии : учеб. пособ. / Н. А. Троицкая, А. Б. Чубуков, М. В. Шилимов. – М. : Академия, 2009. – 336 с.
135. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Д. Уотерс ; пер. с англ. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с.
136. Уряд схвалив проект закону про мультимодальні перевезення [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2822202-urad-shvaliv-proekt-zakonu-pro-multimo-dalni-perevezenna.html>
137. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
138. Филина Ф. Н. Аутсорсинг бизнес-процессов / Ф. Н. Филина. – М. : ГроссМедиа : РОСБУХ, 2008. – 208 с.
139. Хейвуд Дж. Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Дж. Б. Хейвуд ; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2004. – 176 с.
140. Хорошилова І. О. Досвід розвитку транспортних систем країн світу / І. О. Хорошилова, І. В. Заблодська, А. С. Алексеев // Прометей : регіон. зб. наук. пр. – Донецьк, 2014. – № 2 (44). – С. 17–24.
141. Хорошилова І. О. Оптимізація транспортної інфраструктури / І. О. Хорошилова, С. О. Тхор // Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечникова, 2013. – № 2 (1). – Т. 18. – С. 179–182.
142. Чухрай Н. І. Аутсорсинг в логістиці: європейський і вітчизняний досвід / Н. І. Чухрай, Л. Є. Сухомлин // Тези доповідей VI Міжнар. наук.-практ. конф. «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». – Львів : вид-во НУ «Львівська політехніка», 2006. – 428 с.
143. Шандрик В. І. Огляд досвіду теоретичного узагальнення поняття державно-приватного партнерства / В. І. Шандрик // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 17. – С. 128–132.
144. Шаповал С. С. Перспективи розвитку логістичного аутсорсингу в Україні / С. С. Шаповал, В. О. Леженко // Праці Одеського політехнічного університету. – 2011. – № 1 (35). – С. 273–278.
145. Шелудяков Р. С. Обмеження відповідальності перевізника при змішаних перевезеннях: міжнародно-правовий аспект / Р. С. Шелудяков // Lex portus. – 2018. – № 1. – С. 127–143.
146. Шиба О. А. Вплив розвитку транспортної інфраструктури на економічне зростання країн-членів Європейського Союзу : автореф. дис. ... канд. екон. наук / О. А. Шиба. – Львів, 2017. – 20 с.
147. Широкова А. В. Особенности современного аутсорсинга в логистике [Электронный ресурс] / А. В. Широкова. – Режим доступа: <https://ideas.repec.org/a/scn/013908/15615845.html>

148. Ширяєва С. В. Аналіз розвитку мультимодальних перевезень в Україні / С. В. Ширяєва, О. В. Кравчук // Проблеми транспорту : зб. наук. пр. – 2012. – Вип. 9. – С. 56–60.
149. Ширяєва С. В. Аналіз тенденцій розвитку мультимодальних перевезень в Україні та за кордоном / С. В. Ширяєва, О. В. Кравчук // Управління проектами, системний аналіз і логістика. – 2012. – Вип. 10. – С. 297–302.
150. Щербаков В. В. Основы логистики : учебник / В. В. Щербаков. – СПб. : Питер, 2009. – 432 с.
151. Экономика и организация внешнеторговых перевозок : учебник / под ред. К. В. Холопова. – М. : Юристь, 2000. – 684 с.
152. Ярошенко Л. Л. Концесія як спосіб розвитку транспортно-логістичної інфраструктури в Україні / Л. Л. Ярошенко // Молодий вчений. – 2016. – № 12.1. – С. 1041–1044.
156. Gartner's 30 Leading Locations for Offshore Services [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.gartner.com/doc/2667522/gartners--leading-locations-offshore>.
157. Gay Ch.L. Outsourcing strategiczny. Koncepcja, modele i wdrazanie / Ch.L. Gay, J. Essinger. – Krakow : Wyd. Oficyna Ekonomiczna, 2002. – 212 p.
158. Green Paper on public-private partnerships and Community law on public contracts and concessions/*COM/2004/0327inal*/ [Electronic resource]. – Mode of access: <https://eur-lex.europa.eu/legal>
159. Halvey J. K. Business process outsourcing: process, strategies, and contracts / J. K. Halvey, B. M. Melby. – Hoboken, NJ : John Wiley & Sons. 2007. – 584 p.
160. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/384rank.html>
161. Logistics Performance Index: 2007-2018 [Electronic resource]. – Mode of access: https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/International_LPI_from_2007_to_2018.xlsx
162. McNair C. J. Do financial and nonfinancial performance measures have to agree? / C. J. McNair, R. L. Lunch, F. Kelvin // Cross. Management Accounting, November 1990. – Pp. 56 – 63.
163. Principles for Public Governance of Public-Private Partnerships, OECD [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.oecd.org/gov/budgeting/oecd-principles-for-public-governance-of-public-private-partnerships.htm>
164. Stefan Abt/ Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 1998. – S. 366.

Модернізація митного регулювання за умов поглиблення інтеграційних процесів

2.1. Сучасні аспекти митного регулювання та зовнішньоторговельної політики України в умовах світової глобалізації економіки

Сучасна світова економіка характеризується загостренням торговельних конфліктів та поглибленням глобальних диспропорцій. Міжнародна торгівля є складовою міжнародних економічних відносин, оскільки зовнішньоторговельна політика держави є важливим чинником довгострокового зростання економіки та її інноваційного розвитку. У зв'язку з цим для національних економік, у тому числі й для України, посилюється роль зовнішньоторговельних відносин. Водночас з несприятливими зовнішніми чинниками для розвитку зовнішньої торгівлі країни існують перешкоди і внутрішнього характеру. Це, в першу чергу, воєнно-політичний конфлікт з Російською Федерацією, а по-друге – кризовий стан національної економіки. Таким чином, залишаються невирішеними питання дослідження розвитку міжнародної торгівлі і визначення перспектив для розвитку зовнішньої торгівлі України, зміцнення національної економіки.

Сьогодні зовнішньоторговельна політика привертає все більше уваги вітчизняних та зарубіжних науковців, аналітиків. Це і зрозуміло: чим більше товарів експортує країна, тим вона вигідніше позиціонує на міжнародній арені, є успішнішою, економіка її більш розвинена і має стимул для впровадження інновацій, розвитку науково-технічного потенціалу. Питання динаміки і географії зовнішньої торгівлі в умовах трансформації зовнішніх та внутрішніх чинників досліджені в роботах низки науковців. Проблеми зовнішньої торгівлі, її регулювання розкривалися в працях вітчизняних та закордонних вчених-економістів. Серед них Т.Ф. Гордєєва, Е.В. Пахуча, Б. Томас, Т.О. Тохтамиш. Питанням державного регулювання експортно-імпортних операцій протягом останніх років

займалися такі вітчизняні і зарубіжні економісти, як Н.С. Дука, Е.А. Зінь, С.К. Казанцев, Л.В. Масловська, В.Є. Новицький, Л.Е. Островський, А.М. Стельмашук, Н.М. Тюріна, Е.А. Янковський. Сучасні дослідники І.І. Колобердяно, О.В. Коляда, С.М. Писаренко, В.І. Середя, Л.А. Українець у своїх наукових розвідках висвітлюють особливості зовнішньої торгівлі і державного регулювання експортно-імпорتنих операцій.

Нинішній світ є критично мінливий і тому, не зважаючи на численні дослідження, відкритими залишаються проблеми щодо закономірностей, тенденцій, динаміки у зовнішній торгівлі, їх аналізу та подальшого розвитку, бачення. За сучасних умов в зв'язку з пришвидшенням інтеграційних та глобалізаційних процесів на міжнародній арені значно посилюється роль зовнішньоторговельної політики країн. Основною і центральною ланкою світогосподарських зв'язків завжди була і є міжнародна торгівля країн.

Зовнішня торгівля, або, як часто можна зустріти, міжнародна торгівля, – це первинна форма міжнародних економічних зв'язків, яка була започаткована ще до формування ринкового господарства і була його попередницею. Сьогодні зовнішня торгівля займає провідне місце у системі міжнародних відносин та є основним фактором, що забезпечує стабільне функціонування світового господарства. Наразі можна говорити про світову економіку як глобальну господарську систему. Сучасна світова економіка є цілісною системою, що формувалася в міру еволюції міжнародного поділу праці, процесу інтернаціоналізації господарського життя країн світового співтовариства, інтеграції груп країн у регіональні господарські комплекси (союзи) з міждержавним регулюванням соціально-економічних процесів, транснаціоналізації виробництва.

Головними суб'єктами світової економіки є національні економіки, а також інтеграційні об'єднання, міжнародні економічні організації, транснаціональні корпорації (ТНК), національні підприємства та компанії різних рівнів, фізичні особи-підприємці тощо.

Попри те, про зниження значення національних економік в світовому господарстві свідчить той факт, що в деяких інтеграційних об'єднаннях економічний суверенітет поєднується з наднаціональним механізмом прийняття рішень. Особливо це стосується урядів малих країн, які зазвичай орієнтуються на вимоги міжнародних економічних організацій і іноземних ТНК, а не власних компаній.

Раніше внутрішньоекономічною діяльністю в тій чи іншій країні займались переважно ті національні фірми, для яких ринок їх

країн був головним. Але за останні десятиліття багато з них перетворилися в транснаціональні корпорації, для яких полем торгової, промислової та фінансової діяльності став увесь світ. В результаті ТНК стали важливою та самостійною частиною світової економіки, яка продукує 1/5–1/4 частини світового ВВП. І хоча більшість ТНК наразі працюють здебільшого на внутрішні ринки країн свого походження, вони є головними провідниками глобалізації, адже глобалізація, яка перетворює весь світ у єдиний ринок, вигідна, перш за все, саме ТНК. Можна припустити, що по мірі зростання глобалізації значення ТНК у світовій економіці та їх вплив на інші суб'єкти світової економіки теж буде зростати. Все більше зливаючись (у тому числі і через діяльність ТНК), економіки багатьох сусідніх країн утворюють економічні об'єднання. Вони стали помітною частиною механізму світової економіки, а деякі – перш за все ЄС – представляють країн-членів у світовому товаристві.

Світова економіка як система скріплена рухом товарів, послуг та економічних ресурсів (факторів виробництва). На основі цього між країнами виникають міжнародні економічні відносини.

Глобальні тенденції світового економічного розвитку підтверджують, що світова економіка дедалі більше втрачає характер міждержавної економіки та стає цілісною глобальною системою. Глобалізація економіки стала однією із закономірностей світового розвитку, що домінує на зламі ХХ–ХХІ ст. Сучасний стан розвитку світового господарства є складним та суперечливим і формується під впливом різноманітних процесів і явищ, які утворюють зміст і спрямованість глобалізаційних процесів економіки.

Під глобалізацією, як правило, розуміють поступове перетворення світового простору в єдину зону, де вільно переміщуються фактори виробництва (капітали, товари, послуги, інформація, робоча сила), формується єдиний інституціональний простір. Глобалізація, таким чином, має на меті утворення міжнародного економічного, правового й культурно-інформаційного поля. Сьогодні виникло розуміння глобалізації як комплексного гео економічного, геополітичного й геогуманітарного явища, що справляє потужний детермінаційний вплив на всі аспекти життєдіяльності країн, які залучаються до цього процесу.

Глобальне регулювання міжнародних економічних і фінансових інституцій, які створюють інституційну надбудову глобалізації, здійснюється в межах таких організацій, як Організація Об'єднаних Націй, Міжнародний валютний фонд, Міжнародний банк ре-

конструкції та розвитку, Світовий банк, Організація економічного співробітництва та розвитку, Світова організація торгівлі, інститути західноєвропейської інтеграції, щорічні зустрічі керівників провідних країн світу у форматі G7 або G8, світові форуми, саміти тощо.

Вчені-економісти визначають зовнішню торгівлю як форму міжнародної торгівлі для національного господарства певної країни, або інакше як торгівлю однієї країни з іншими, яка складається з оплачуваного вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів і послуг [26]. Зовнішня торгівля є основним напрямом господарської діяльності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД). Зовнішньоторговельні операції складають 80 % всіх операцій, які включає ЗЕД суб'єктів світового господарства. Це означає, що у зовнішній торгівлі, насамперед, і розкривається головний зміст господарської діяльності суб'єктів ЗЕД.

Залежно від суб'єктів, що здійснюють зовнішньоторговельні операції, виокремлюють зовнішню торгівлю держави та зовнішню торгівлю окремих суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішня торгівля держави – це сукупність експортно-імпортних операцій окремої країни, тобто операцій купівлі–продажу товарів та послуг з боку однієї країни іншій країні.

Зовнішня торгівля окремих суб'єктів ЗЕД – сукупність експортно-імпортних операцій, які здійснює кожний з них окремо, а не країна в загальному і не окремий її суб'єкт тієї чи іншої галузі [26].

Зовнішня торгівля як самостійний сектор економіки функціонувати не може, саме тому є ряд нормативів, приписів, законів, за якими здійснюється обмін товарами та послугами, які, у свою чергу, забезпечують стабільність міжнародної торгівлі. Але, щоб забезпечити дану стабільність, потрібно здійснювати державне регулювання зовнішньої торгівлі.

Основним принципом, за яким діє кожна держава, є обмеження імпорту (застосовуються мито, квоти, ліцензії та інші торговельні обмеження) і збільшення обсягів експорту (надаються певні експортні субсидії). Відповідно до цього, всі інструменти державного регулювання поділяють на дві категорії – митні та немитні.

У практиці зовнішньоекономічної діяльності країн світу існує два рівні митного регулювання [49]:

– міжнародний – передбачає здійснення такого регулювання через прийняття та виконання рішень спеціалізованих міжнародних організацій, таких як Світова організація торгівлі, Міжнародний валютний фонд, Світовий банк реконструкції та розвитку

та інші, які митне регулювання здійснюють шляхом встановлення основних принципів міжнародного митного регулювання;

– національний – опирається на відповідні закони та інші законодавчі акти свого національного законодавства.

До законодавчих актів України, що визначають її митну політику, відносять:

– Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991, № 959–XI, який визначає принципи, суб'єкти та види ЗЕД, право на її здійснення та регулювання, оподаткування та ліцензування ЗЕД, економічний захист, відповідальність та інформаційне забезпечення у сфері ЗЕД, правові режими ЗЕД, економічні відносини з іншими державами, розгляд спорів у ЗЕД [39];

– Митний кодекс України від 13.03.2012, № 4495–VI, що визначає засади організації та здійснення митної справи в Україні, регулює економічні, організаційні, правові, кадрові та соціальні аспекти діяльності митної служби України; спрямований на забезпечення захисту економічних інтересів України, створення сприятливих умов для розвитку її економіки, захисту прав та інтересів суб'єктів підприємницької діяльності та громадян, а також забезпечення додержання законодавства України з питань митної справи [24];

– Закон України «Про митний тариф України» від 05.04.2001, № 2371–III, визначає порядок формування та застосування митного тарифу України при ввезенні на митну територію України та вивезенні за межі цієї території товарів та інших предметів встановлюється з метою обкладення митом зазначених товарів та інших предметів [49].

Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності займає одне із пріоритетних місць у державному регулюванні економіки країни. Його мета – ретельно аналізувати зовнішньоекономічну діяльність країни і якомога відчутніше сприяти розвитку торговельних відносин з іншими країнами, підтримувати власного товаровиробника та захищати внутрішній товарний ринок [8].

Митне регулювання – це регулювання питань, пов'язаних із встановленням мит та інших податків, що справляються при переміщенні товарів через митний кордон України, процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю України [40]. Цей вид регулювання є економічним, оскільки в якості основного інструментарію використовуються імпорتنий і експортний митний тариф, який виконує регулюючі та фіскальні функції. У деяких випадках вводяться податки або збори, які мають

еквівалентний зміст митному тарифу. Основний напрям цього виду державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності визначається митно-тарифною політикою кожної держави [46].

Митно-тарифні методи регулювання є основою регулювання державою ЗЕД. Вони є історично першим інструментом протекціонізму і регулювання зовнішньої торгівлі.

Правовою основою впровадження митно-тарифного регулювання в Україні є Митний кодекс та закон «Про митний тариф України». Основним елементом тарифного регулювання виступає митний тариф. Як зазначено в національному законодавстві, митний тариф України – це систематизований згідно з Українською класифікацією товарів ЗЕД перелік ставок ввізного мита, яке справляється з товарів, що ввозяться на митну територію України.

Необхідність у застосуванні митно-тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності проявляється в тому, що стан зовнішньоторговельного балансу прямо залежить від ефективності використання цих методів. В Україні це питання є досить актуальним, оскільки сальдо зовнішньоторговельного балансу багато років мало від'ємне значення. Основні переваги і недоліки митної системи в Україні систематизовано у таблиці 2.1.

Одна з найважливіших проблем, яку необхідно розв'язати у митно-тарифному регулюванні в найближчій перспективі – це впровадження міжнародних норм і правил, що дасть змогу перейти до застосування єдиних стандартів у галузі митної справи і вирішити питання, пов'язані з приєднанням до міжнародних конвенцій із гармонізації й спрощення митних процедур, та питання процедури спільного транзиту, а також допоможе здійснити поетапне наближення митного законодавства і митних процедур, які застосовуються в Україні, до країн Євросоюзу [24]. На жаль, сьогодні в Україні існує митно-тарифне регулювання не відповідає стандартам ГАТТ/СОТ. Перш за все, – це відставання митного контролю від сучасних потреб пропускної здатності та світових стандартів контролю товарів.

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки митне регулювання України не повною мірою виконує свої функції, в першу чергу, захисні і регулюючі. Традиційно головним завданням митної політики був своєчасний збір митних платежів до державного бюджету, тобто основна роль митного тарифу – бути фіскальним інструментом.

Таблиця 2.1

**Переваги та недоліки системи митно-тарифного регулювання
в Україні***

Переваги і позитивні зрушення у системі	Недоліки системи
Активізувалася взаємодія контролюючих органів із суб'єктами господарювання, що здійснюють ЗЕД. Це дало змогу збільшити додаткові надходження до Державного бюджету України від коригування митної вартості товарів	Складність процесу проходження митного контролю
	Невідповідність митного контролю сучасним стандартам пропускнув спроможності
Активізувалася робота з приведення законодавства України у сфері захисту прав інтелектуальної власності до рівня світових стандартів з метою посилення протидії незаконному переміщенню товарів, що містять об'єкти права інтелектуальної власності	Значна диференціація у розмірах ставок ввізного мита на однорідні товари
	Великий обсяг тінізації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств
Налагоджена ефективна взаємодія з фіскальними службами сусідніх держав та країн – найбільших торговельних партнерів України з метою виявлення корупційних тінювих схем у ЗЕД та організованих угруповань, що ведуть злочинну діяльність у зовнішньоекономічній сфері і займаються легалізацією (відмиванням) кримінальних коштів	Здійснення правопорушень у сфері інтелектуальної власності

*сформовано автором за [30]

Інші завдання, такі як, сприяння прискоренню розвитку зовнішньої торгівлі, підвищення ефективності функціонування механізму митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, застосування митних тарифів в якості захисних заходів від недобросовісної конкуренції – відійшли на другий план. Це призводить до відставання в розвитку регулюючої і захисної функцій митного механізму, що не створює сприятливих умов для розширення зовнішньої торгівлі. Необхідність вдосконалення митного тарифу зумовлено причинами, представленими на рис. 2.1.

Отже, на перший план повинна вийти регулююча функція митного тарифу. Пошук оптимального співвідношення функцій митного тарифу як інструменту регулювання імпорту та експорту, є сьогодні найбільш актуальним питанням у діяльності митних органів України.



Рис. 2.1. Причини, які зумовлюють необхідність вдосконалення митного тарифу*

*розроблено автором

Вирішення цієї проблеми дасть змогу зробити більш прозорою зовнішню торгівлю України, усунути економічні перешкоди, що сприяють криміналізації імпорту товарів, корупції в митних органах, а також посилити протекціоністську функцію митного тарифу по відношенню до вітчизняних товарів. Дуже важливою проблемою також є те, що митний огляд та період очікування визначення митної вартості займають досить тривалий час. Розраховуючи митну вартість, що є базою оподаткування імпортованих товарів, іноді виникають розбіжності митних органів та інтересів учасників міжнародної торгівлі.

За даними Державної фіскальної служби, зберігаються тенденції до зниження митної вартості при імпорті досить широкого асортименту товарів. Такі тенденції спонукають Україну підвищувати ефективність механізмів моніторингу з метою визначення справжньої вартості товарів, достовірності їх декларування [30].

Митний тариф не є єдиним методом регулювання зовнішньоекономічної діяльності. У сучасній практиці державного регулювання зовнішньої торгівлі поряд з тарифними заходами досить широко застосовуються й інші, не пов'язані з митним оподаткуванням, інструменти зовнішньоторговельної політики, які дістали назву нетарифних.

В українському законодавстві немає чіткого визначення поняття нетарифних заходів регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Так, у ст. 7 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» зазначається, що регулювання ЗЕД в Україні здійснюється за допомогою передбачених в законах України актів тарифного і нетарифного регулювання, які використовуються державними органами України в межах їх компетенції, а сам термін акту нетарифного регулювання не розкривається.

За допомогою митно-тарифного регулювання більшість країн світу вирішують питання не тільки захисту національного вироб-

ника та поповнення державного бюджету, але і взагалі питання економічної безпеки країни.

Митно-тарифне регулювання – це відносини, що виникають між державою та суб'єктами ЗЕД з приводу умов перетинання національного кордону товарами, капіталами, послугами, робочою силою; це погодження регулювання питань, пов'язаних із встановленням митних податків, митних зборів, а також процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю [40]. Елементи митно-тарифного регулювання представлені на рис. 2.2.

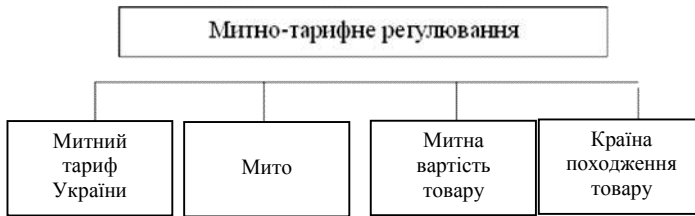


Рис. 2.2. Елементи митно-тарифного регулювання*
*розроблено автором

Таким чином основними функціями митно-тарифного регулювання є фіскальна і протекціоністська. Фіскальна функція митного тарифу забезпечує надходження коштів від стягнення мита в дохідну частину бюджету України. Тому, зважаючи на цю мету, розмір митних тарифів встановлюється таким чином, щоб максимальними були не відносні, а абсолютні величини митних надходжень, оскільки невиправдане підвищення тарифів веде до зниження обсягу імпорту і подальшого зниження обсягу зібраних платежів. Протекціоністська функція пов'язана із захистом вітчизняних виробників. Стягування мита з імпортованих товарів збільшує їх вартість при реалізації цієї функції на ринку країни-імпортера і тим самим підвищує конкурентоспроможність аналогічних товарів, вироблених вітчизняним товаровиробником.

Після прийняття Декларації про державний суверенітет Україна самостійно визначає митну політику, створює власну митну систему та здійснює митне регулювання на своїй території. Регулювання митною справою здійснюють найвищі органи влади та управління України. Спеціально уповноваженим органом державного управління в галузі митної справи є Державна фіскальна служба України, яка приймає нормативні акти, що регулюють дану

сферу діяльності. Митне регулювання здійснюється відповідно до Митного кодексу, законів України та міжнародних договорів. Україна може вступати в митні союзи з іншими державами.

Для України сучасний етап характеризується постійним зростанням обсягів та розширенням масштабів міжнародної торгівлі, ускладненням динаміки торговельних процесів, посиленням вимог міжнародних організацій щодо забезпечення вільного доступу іноземних товарів на внутрішні ринки та зниженням національних торговельних бар'єрів. Відбувається поглиблення інтеграції міжнародних вимог у національну практику митного регулювання України. В таких умовах загострюється потреба підвищення ефективності національної митної політики в сфері реагування на зовнішні загрози та швидкої протидії можливим негативним наслідкам таких загроз у напрямі посилення забезпечення економічних інтересів держави й максимального врахування в національній митній системі міжнародних правил та вимог.

Нетарифні обмеження (квоти, ліцензії, заборони тощо), які використовуються для регулювання експорту, відбуваються у випадках, передбачених ст. 11, п. 2а ГАТТ, тобто у випадку вивозу товарів, які вважаються дефіцитними на національному ринку, а також при експорті товарів у рамках міжнародних товарних угод з метою стабілізації відповідного транснаціонального товарного ринку [10].

Засоби нетарифного регулювання впливають на товаропотоки і підвищують ціну іноземних товарів, перешкоджають споживанню та збуту іноземних товарів на національному ринку, а також кількісно обмежують або забороняють ввіз або вивіз товарів. Так, відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», для обмеження або заохочення експорту або імпорту окремих груп товарів, захисту вітчизняних товаровиробників в Україні запроваджено режим ліцензування і квотування.

Для захисту національного товаровиробника від субсидованого та демпінгового імпорту було прийнято цілу низку законів: «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту», «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україні» [42].

Всі операції з приводу експорту та імпорту регулюються автоматично на ринку за допомогою попиту та пропозиції. Ці чинники сприяють поліпшенню якості товарів та послуг, спонукають до чистої конкуренції та оптимізації цін. Що ж до України,

то державне регулювання зовнішньої торгівлі також передбачає поєднання елементів протекціонізму та фритредерства з використанням їхніх інструментів впливу.

Ключові проблеми розвитку зовнішньої торгівлі нашої держави пов'язані з диверсифікацією її геополітичних пріоритетів, оптимізацією вимог і норм Світової організації торгівлі (ГАТТ/СОТ). Стратегічна мета полягає в реалізації у світовій економіці порівняльних та конкурентних переваг України, що об'єктивно існують у різних галузях її національної економіки та можуть практично втілюватись у діяльності українських підприємств і фірм на міжнародній арені. За наявності великого наукового потенціалу майже відсутній високотехнологічний експорт продукції наукомісткого виробництва. Тому необхідно сприяти складному технологічному експортному виробництву, закордонному продажу за науково-технічними напрямками й економічними галузями, розвиток яких допомагатиме збільшенню товарної маси, що експортується з території України [31].

Важливим аспектом для забезпечення сприятливих зовнішньоекономічних умов країни є необхідність формування валютної політики та державного регулювання валютних відносин. Значною мірою на міжнародну торгівлю впливають коливання валютних курсів. Вплив валютного курсу відображається у цінових співвідношеннях експорту й імпорту, а це, у свою чергу, викликає зміни у внутрішньо-економічній ситуації країни.

З теорії та практики відомо, що девальвація національної валюти стимулює експорт і стримує імпорт. І навпаки – ревальвація стримує експорт і стимулює імпорт. В сучасних умовах Україна зазнала такий економічний аспект і на своєму ринку. Але варто зазначити, що уряд України інколи приймає рішення, які суперечать потребам часу та суттєво впливають не тільки на політичний імідж країни, але й на життєвий рівень громадян.

Глобалізаційні та інтеграційні процеси на світовій арені не можуть не впливати на зовнішньоторговельну політику України, економіка якої є відкритою та вектор розвитку якої можна відзначити як євроінтеграційний. Тому уряд України розробив Експортну стратегію України («дорожню карту стратегічного розвитку торгівлі») на 2017–2021 рр., та план завдань і заходів з її реалізації [13].

Метою стратегії є трансформація ринку України до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та вдалого виходу на світовий ринок. Для реалізації стратегії було

окреслено наступні стратегічні цілі розвитку торгівлі України на найближчі п'ять років і необхідні заходи щодо їх реалізації. Рис. 2.3 відображає бачення та стратегічний підхід ролі експорту в українській економіці сьогодні та у найближчому майбутньому.



Рис. 2.3. Стратегічні цілі реалізації експортної стратегії України*
*розроблено автором

Перша ціль – створення сприятливих умов, що активізують торгівлю та інновації для диверсифікації експорту полягає у створенні міцного фундаменту для формування експорту, заснованого на знаннях та інноваціях. Сприяння співпраці між підприємствами і навчальними закладами у галузі інновацій є одним з ключових елементів реалізації цієї стратегічної цілі і має супроводжуватися здійсненням заходів, які забезпечують захист прав інтелектуальної власності та залучення інвестицій.

Структура українського промислового виробництва та експорту вже давно не зазнавала позитивних змін. З часів проголошення незалежності в українському експорті переважає продукція сільського господарства та важкої промисловості, диверсифікація експорту залишається обмеженою, тому перехід до технологічного виробництва виявився складним. Український експорт представлений, в основному, проміжними товарами з відносно низькою технічною складовою. Для поступового перетворення економіки на більш інноваційну та наукомістку та для відновлення економічного росту і підвищення конкурентоспроможності Україні необхідно диверсифікувати експорт, а також створити привабливі політико-економічні умови для здійснення торгівлі.

Друге стратегічне завдання – розвиток послуг з підтримки бізнесу та торгівлі, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, зокрема малого та середнього підприємництва (МСП), стосується безпосередньо інституцій з підтримки торгівлі в контексті можливості надання ними відповідної інформації про попит на відповідних зовнішніх ринках і послуг, необхідних для розробки підприємствами таких пропозицій, які якнайкраще відповідатимуть визначеному попиту. Важливими базовими факторами конкурентоспроможності підприємств є сприятливі політики та правове регулювання, а також наявність дієвих та ефективних інституцій для забезпечення їх впровадження. Послуги з підтримки бізнесу та торгівлі в Україні перебувають на початковій стадії формування, та не відповідають амбіціям і потребам підприємств. Існують очевидні прогалини в інституційній структурі та системі надання послуг в таких сферах, як фінансування торгівлі, сертифікація продукції, транспортування, обробка вантажів, просування експорту та брендинг. Країна потребує скоординованої мережі інституцій, яка б усувала торговельні бар'єри та забезпечувала ефективні та доступні послуги вздовж всього ланцюга доданої вартості, а також на різних етапах здійснення міжнародної торгівлі. Ключовим елементом реа-

лізації цього стратегічного завдання є підвищення якості наявної інфраструктури і застосовуваного технічного регулювання.

Третє стратегічне завдання – удосконалення навичок і компетенцій підприємств, зокрема МСП, необхідних для участі в міжнародній торгівлі стосується керівників підприємств і, зокрема, підвищення їх професійних навичок, знань і компетенцій, необхідних для досягнення успіху на міжнародних ринках. Більшість підприємств, особливо МСП, продовжують активно здійснювати діяльність, в основному, в традиційних секторах і на традиційних ринках, і при цьому не мають необхідних знань і навичок для освоєння нових міжнародних ринків. До того ж, через досить низький рівень продуктивності праці, недостатню мобільність робочої сили та низький рівень підприємництва українським виробникам важко конкурувати на іноземних ринках. Країні потрібні підприємства, які володіють необхідними знаннями в галузі бізнесу та міжнародного маркетингу, розуміють вимоги іноземних покупців і здатні реагувати на них. Ключовим елементом виконання цього завдання є забезпечення всіх, хто бажає займатися підприємництвом, необхідною підтримкою шляхом створення умов для розвитку бізнес-ідей і досягнення успіху в рідній країні (засіб вирішення проблеми «відтоку умів»). Ще одним важливим елементом є синхронізація і досягнення балансу між навичками, затребуваними підприємствами, та навичками, які формує сьогодні система освіти. Виведення бізнесу з тіні та стимулювання мобільності робочої сили також мають ключове значення в цьому контексті.

Стратегічна програма розвитку зовнішньоекономічних відносин України має ґрунтуватись на забезпеченні її суверенітету в світогосподарських зв'язках, гарантуванні національної зовнішньоекономічної безпеки.

Розгалужена сукупність зовнішньоекономічних зв'язків повинна використовувати еквівалентний, взаємовигідний обмін, міжнародний поділ і кооперацію праці, а взаємодія зі світовим господарством – застосовувати комплексну, гнучку та динамічну державну зовнішньоекономічну політику, в основі якої покладена максимальна господарська свобода безпосередніх виробників, експортерів товарів і послуг.

Не менш важливою складовою зовнішньоторговельної політики України є відкритість економіки для широкої, взаємовигідної участі в регіональних і світових господарських, валютно-фінансових системах та структурах [20].

У таблиці 2.2 представлені галузі експорту, які вважаються пріоритетними у розвитку зовнішньої торгівлі України.

Таблиця 2.2

Основні пріоритетні галузі у розвитку експорту*

Галузь	Характеристика
1. Високотехнологічні, наукомісткі галузі машинобудування, порошкова металургія, надтверді матеріали, кераміка, електрозварювальне виробництво	Техніка і технологія в цих і деяких інших галузях досягають світового рівня, що значно спрощує проблему пошуку й освоєння власної ніші на світових товарних ринках
2. Агропромислове виробництво	Серйозні соціально-економічні й структурні зміни на селі спроможні перетворити сільське господарство і виробництво продовольства у високоефективні галузі, які будуть визначати експортний профіль країни в системі міжнародного поділу праці тощо
3. Патентно-ліцензійна торгівля, ноу-хау, інжиніринг, різноманітні послуги, у тому числі туризм	Зі створенням належної виробничої, соціальної та зовнішньоекономічної інфраструктури Україна буде здатною реально й стабільно залучатися до найдинамічніших і вигідних пропозицій світової торгівлі
4. Видобувна та металургійна галузі промисловості	Кольорові метали, уран, вугілля, сталь і прокат постійно користуються попитом на світових ринках. З допомогою кардинальної реконструкції металургійних заводів, рудників і шахт експортний потенціал України значно посилиться
5. Вигідне геополітичне положення України	Транзитні перевезення вантажів, нафти, газу з європейської частини на захід і з півночі на південь Європи та далі на Близький Схід, аж до Африканського континенту, можуть перетворитися на важливий канал валютних надходжень. Це потребує серйозних структурних перетворень у транспортній сфері

*сформовано автором

В центрі уваги Дорожньої карти знаходиться модернізація українського бізнес-середовища та економіки. Визначені конкретні існуючі та потенційні сектори та їх пріоритетність як рушійної сили для інновацій та створення високої доданої вартості, а також

потенційного використання для прискорення розвитку МСП. Такими є сектори:

- інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), зокрема, розробка програмного забезпечення, з урахуванням існуючої кількості програмістів, задіяних в цьому секторі, та щорічного числа випускників в цій галузі;

- креативних послуг, у тому числі послуги з реклами та зв'язків з громадськістю (PR), ремесла, дизайн, кіноіндустрія, індустрія моди, видавнича справа, та інші сценічні і візуальні мистецтва;

- туризму, зокрема еко-туризм, екстримальний, культурний, діловий (МІСЕ) та освітній туризм;

- технічного обслуговування та ремонту повітряних суден в якості доповнення до існуючої авіаційної промисловості;

- виробництва запасних частин та комплектуючих виробів для аерокосмічної та авіаційної промисловості, у тому числі для повітряних суден;

- машинобудування. У секторі домінує загальне машинобудування: турбогвинтові двигуни, газотурбінні двигуни, насоси та ізольовані проводи та кабелі для транспортних засобів. Важке машинобудування включає транспортні засоби, залізничні і трамвайні локомотиви, частини та комплектуючі до них;

- харчової промисловості, зокрема харчові інгредієнти, готіві продукти харчування та органічна продукція.

З огляду на обмеженість ресурсів при визначенні пріоритетних секторів необхідно передбачити відповідний і реалістичний розподіл ресурсів для розвитку експорту. Для максимальної ефективності у забезпеченні конкурентоспроможності торгівлі Стратегія має поєднувати заходи впливу на економіку в цілому з конкретними заходами, орієнтованими на відповідні сектори стратегічного значення. Тому вибір пріоритетних секторів є першим ключовим завданням, оскільки з огляду на специфіку відповідного сектора визначатиметься напрям розвитку та відповідна стратегія.

Для досягнення стратегічних цілей, викладених в цій Дорожній карті, і для перетворення України на країну, якою вона прагне бути – країну з динамічною економікою, наступним кроком повинна бути розробка детальних секторальних стратегій з метою приєднання до ланцюгів доданої вартості та функціональних стратегій, які одночасно впливають на декілька секторів.

Серйозна передумова виходу України на світові ринки – забезпечення внутрішньоекономічної стабілізації (фінансової, бю-

джетної, цінової та ін.). Як підтверджує досвід «старих» і «нових» індустріальних держав, в умовах демонетизації золота основну гарантію введення та підтримки валютної конвертованості становить товарна конвертованість. Тільки за наявності потужного й усезростаючого потоку на світові ринки конкурентоспроможних товарів і послуг, котрі мають постійний попит, буде відповідний попит на національну валюту, отже, її конвертованість у валюти інших держав. Золотовалютний резерв відіграє допоміжну роль як чинник стабілізації національної валюти і регулювання її поточного курсу [10].

З огляду на загострення боротьби за ринки збуту науковці Національного інституту стратегічних досліджень, запропонували «Нові завдання зовнішньоторговельної політики», які зводяться до наступних напрямів:

- активізація конкурентної боротьби за розташування в Україні нових виробничих центрів регіонального значення. Вагомий природний, кадровий, сировинний та інфраструктурний потенціал України може стати основою для створення виробничо-коопераційного центру регіонального значення, через побудову моделі партнерських відносин між владою, бізнесом і громадянами та дієвої антикорупційної політики;

- проактивне просування національних економічних інтересів на міжнародній арені. Цьому сприятиме розбудова формату B2G (business-to-government) у зовнішньоторговельній сфері, орієнтована на забезпечення централізованої допомоги українським експортерам у виході на зовнішні ринки та збільшення експортних можливостей національного малого і середнього підприємництва;

- формування фокус-груп регіональних пріоритетів розвитку торговельно-економічної співпраці та визначення на їх основі товарів стратегічного позиціонування України в міжнародних ланцюгах створення доданої вартості. Доцільно виокремити такі фокус-регіони:

- єдиний європейський ринок;
- Азійський регіональний пул розвитку торговельної експансії, який відповідно до національних економічних інтересів України охоплює чотири підгрупи країн у фокусі: Середземноморський басейн; Перська затока; Південно-Східна Азія; Далекий Схід;
- Субсахарська фокус-група розширення торговельної присутності вітчизняних експортерів;
- американський вектор розвитку торговельно-економічних відносин України;

– осучаснення концепції здійснення торговельних місій для експортерів. У крос-секторальному вимірі Україна має стати провідним провайдером підтримки просування національних експортних інтересів у міжнародній торгівлі;

– опанування нових форм просування експорту. Має бути осучаснена презентація експортних можливостей в Україні через цільові міжнародні форуми, креативну промоцію на базі внутрішньої виставкової діяльності на основі кращих IT-рішень, консолідацію WEB-ресурсів для просування національних експортних можливостей, часткове відшкодування профільній інституції витрат на ділові візити стратегічних іноземних покупців вітчизняного експорту в Україну тощо;

– активізація ролі держави у сфері дотримання прав та можливостей захисту інтересів експортерів, що передусім передбачає активне застосування всього спектра можливостей СОТ. Важливо вирішити питання створення на постійній основі представництва (місії) України при СОТ;

– розвиток економічної дипломатії на засадах глобальної присутності українських громад за кордоном. Українське «домашнє завдання» в цьому випадку полягає в перетворенні чинника внутрішньої слабкості (масштабної трудової еміграції) на чинник зовнішньої сили (велика закордонна громада). Залучення українців за кордоном до роботи в представництвах та філіях українських компаній [2]. Отже, зовнішня торгівля чинить благотворний вплив на економічне зростання країн, котрий засвідчує, що країни, в яких більшою мірою наявні добре розвинені ринкові інституції, налагоджений механізм регулювання зовнішньої торгівлі, а також сформована відкрита політика у сфері зовнішньої торгівлі зазвичай мають успіх. І навпаки, країни, виробництво яких у більшості орієнтовано на внутрішню торгівлю, в поєднанні зі значною державною регуляцією економічних процесів, відзначаються слабкими і повільними темпами зростання економіки.

Огляд та аналіз динаміки міжнародної торгівлі за останні роки, а також аналіз зовнішньої торгівлі України засвідчують, що темпи зростання торгівлі невинно зростають. Тому можна говорити про важливу ключову роль торгівлі в економічному розвитку світової економіки. Таким чином, зовнішня торгівля як чинник економічного розвитку відіграла і відіграє важливу роль у становленні та розвитку національних економік, економічна, соціальна та політична значимість яких неупинно зростає.

2.2. Нормативно-правове забезпечення митно-тарифного регулювання відносин

Регулювання митної справи в Україні є неможливим без створення стабільної законодавчої та нормативної бази, уніфікації митного законодавства відповідно до чинних у міжнародній практиці норм. Першим значним кроком у справі створення митного законодавства було прийняття Митного кодексу України у грудні 1991 р. Україна перша серед країн СНД прийняла новий Митний кодекс – основний закон для митної служби. Закон визначив принципи організації митної справи в Україні з метою створення умов для формування ринкової економіки та зростання активності зовнішньоекономічної діяльності на основі єдиної митної території, мит та митних зборів [19].

Державний митний комітет вносив на розгляд КМУ низку законопроектів з митних питань, що були спрямовані на подальшу лібералізацію митних правил. У 1992 р. були затверджені законопроекти «Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про державне мито». Подальшим удосконаленням митного законодавства став Декрет КМУ від 11 січня 1993 р. «Про Єдиний митний тариф України» та Декрет від 21 січня 1993 р. «Про державне мито». Нове митне законодавство реформує режим зовнішньої торгівлі на передових загальносвітових засадах, забезпечує як ефективність зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних товаровиробників, так і гарантує надійність довготермінових вкладів іноземних капіталів у розвиток економіки України. Митна система передусім спрямована на захист економічних інтересів держави, впорядкування зовнішньоекономічних операцій і забезпечення виконання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, громадянами – митного законодавства України [47, с. 14].

Державна митна служба налагодила міжнародні зв'язки з митними службами держав, з якими Україна має кордони, що проходять сушею та морем. Угоди про співробітництво та взаємодопомогу укладено з Росією, Білоруссю та іншими країнами СНД, Угорщиною, Польщею, Словаччиною. Низка міжвідомчих угод підписана з митними службами країн Західної Європи та Америки, розширюється партнерство та взаємодія. Україна є активним членом Всесвітньої митної організації [38, с. 98].

З 1993 по 2001 рр. прийнято майже 20 законів України та 70 постанов уряду, якими скориговано понад 95 % тарифних ставок

[29, с. 206]. Відповідно до Указу Президента України від 29 листопада 1996 р. «Про Державну митну службу України» здійснено кардинальну реорганізацію структури митної системи України, змінено принцип її побудови та управління з територіального на регіональний. На базі ліквідованого Державного митного комітету України утворено, Державну митну службу України, як центральний орган виконавчої влади [35].

Завдяки реорганізації досягнуто вдосконалення організаційної структури і централізації управління митною системою, зміцнення виконання дисципліни, мобільності митних підрозділів, посилення митного контролю й боротьби з контрабандою та порушеннями митних правил.

Президент України 23 травня 2000 р. підписав Указ «Про приєднання до Міжнародної Конвенції Всесвітньої митної організації про взаємну адміністративну допомогу у відверненні, розслідуванні і припиненні порушень митного законодавства від 09 червня 1977 року» (Найробійська Конвенція).

Прийнято 05 квітня 2001 р. закон України «Про Митний тариф України». В його основу покладено Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності, яка базується на Гармонізованій системі опису та кодування товарів. Законом встановлено, що визначення нових та зміна діючих ставок ввізного мита, здійснюється Верховною Радою України шляхом прийняття законів України з урахуванням висновків уряду.

У жовтні 2001 р. Державною митною службою введено в дію Порядок здійснення митного контролю та митного оформлення окремих транспортних засобів, що ввозяться громадянами на митну територію України, яким передбачено проведення митного оформлення та сплату митних платежів і податків безпосередньо в пунктах пропуску через державний кордон України.

З листопада 2001 р. запроваджено Порядок реалізації положень Митної конвенції про міжнародне перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП, що сприяло вдосконаленню організації митного контролю за переміщенням товарів автотранспортом, прискоренню митного оформлення таких товарів.

З метою недопущення незаконного відшкодування податку на додану вартість при експорті українських товарів спільно з Державною податковою адміністрацією 21 березня 2002 р. запроваджено Порядок підтвердження відомостей про фактичне вивезення товарів за межі митної території України.

Відповідно до Указу Президента України 17 травня 2002 р. держава приєдналась до Міжнародної конвенції про Гармонізовану систему опису та кодування товарів (Женевська конвенція), що сприяло спрощенню митних процедур. Президентом України також підтримано ініціативу Державної митної служби та видано Указ від 04 липня 2002 р. «Про приєднання України до Міжнародної конвенції про узгодження умов проведення контролю вантажів на кордонах» (Женевська Конвенція, 1982 р.) [19, с. 104].

Активний розвиток митної справи в Україні та необхідність відповідності її реаліям сучасності призвели до прийняття у липні 2002 р. нового Митного кодексу, який закріпив у національному законодавстві основні положення ряду міжнародних конвенцій та угод з питань митної справи, у тому числі й тих, до яких Україна поки що має лише намір приєднатися. Також уперше на законодавчому рівні було закріплено деякі правові поняття, наприклад, «митні процедури», під якими розумілися «операції, пов'язані зі здійсненням митного контролю за переміщенням товарів та транспортних засобів через митний кордон України, митного оформлення цих товарів та транспортних засобів, а також зі сплатою передбачених законом податків та мит» [23]. Іншими словами, законодавець у поняття митні процедури включав операції з митного контролю, митному оформленню, сплати податків.

Протягом наступних років відбулися значні прогресивні зрушення в удосконаленні національної митної політики. В ній є такі здобутки: поліпшення взаємодії митних органів із суб'єктами господарювання, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність; активізація роботи з приведення законодавства України у сфері захисту прав інтелектуальної власності до світових стандартів із метою посилення протидії незаконному переміщенню товарів, що містять об'єкти права інтелектуальної власності; налагодження ефективної взаємодії з митними службами суміжних держав та найбільших торговельних партнерів України з метою виявлення корупційних тіньових схем у зовнішньоекономічній; досягнення певного прогресу в розвитку системи електронного декларування товарів, що сприяє прискоренню й спрощенню процедур здійснення митного контролю та оформлення товарів і транспортних засобів; вживання низки заходів щодо нормативного забезпечення недопущення ввезення в Україну харчових продуктів незадовільної якості, тощо [44, с. 48]. Водночас слід відзначити низку проблем: невідповідність митного контролю сучасним стандартам пропускну́ї спро-

можності, істотні часові витрати на проведення митних процедур, застарілі механізми технологічного пропуску товарів, неможливість збереження норми чинного законодавства про стовідсотковий фізичний контроль товарів, які переміщуються через кордон України, значна частка у загальному обсязі товарообігу товарів, що переміщуються контрабандним шляхом, збереження загрозливої ситуації з контрабандою наркотичних засобів та зброї тощо [19, с. 105].

З 01 червня 2012 р. набрав чинності новий Митний кодекс України, який значно змінив митне законодавство України. Кодекс передбачає спрощення митного оформлення товарів і супутніх процедур, а також надає нові можливості суб'єктам для активізації зовнішньоекономічної діяльності. Новий Митний кодекс України узагальнив у собі положення, які раніше містилися в різних законах та підзаконних актах, що призвело до скасування цілою низки нормативно-правових актів у сфері митної справи (закон України «Про митний тариф України», закон України «Про Єдиний митний тариф», постанова КМУ «Про затвердження Порядку ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності») [6].

Одним з найбільш прогресивних нововведень Митного кодексу є впровадження нового суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності – уповноваженого економічного оператора, введення нових термінів є понятійно-категоріальний апарат – «митні формальності», «митний статус товарів», «тарифна квота», «компроміс у митній справі» тощо, а також оперування раніш введеними поняттями, але вже з іншим смисловим навантаженням [23]. Передбачено вичерпний перелік документів, потрібних митниці для митного оформлення.

Консолідація чинного законодавства з питань державної митної справи в Україні за напрямками представлено в таблиці 2.3.

Таким чином, оновлений Кодекс втілює у собі кардинально новий підхід до регулювання відносин у галузі митної справи України. Можна констатувати, що реформування законодавчої бази митного права є кроком уперед на шляху до лібералізації митної справи, навіть незважаючи на певні правові проблеми. Незважаючи на набуття чинності з 01 січня 2004 р. Митним кодексом України, ситуація в галузі митної справи залишається непростюю. Кількість нормативно-правових актів, що регулюють митну справу, не свідчить на користь якості регулювання правовідносин, що виникають у цій сфері. Недосконалість системи митного законодавства позначається на всій системі національного законодавства та розвитку митного права.

**Консолідація законодавства з питань державної митної справи
в Україні за напрямками***

Напрямок митної справи	Нормативно-правовий акт
1	2
За напрямом організації митного оформлення	Митний кодекс України, ст. 231, 232, 246–256; Положення про митні декларації, затверджене постановою КМУ від 21.05.2012 № 450; Порядок виконання митних формальностей при здійсненні митного оформлення товарів із застосуванням митної декларації на бланку єдиного адміністративного документа, затверджений наказом Мінфіну України від 30.05.2012 № 631, зареєстрований в Мін'юсті 10.08.2012 за № 1360/21672; Наказ Мінфіну від 30.05.2012 № 629, зареєстрований в Мін'юсті України 22.06.2012 за № 1036/21348 «Про митні формальності на трубопровідному транспорті та лініях електропередачі»
За напрямом декларування товарів	Митний кодекс України (ст. 257–269 та 335); Положення про митні декларації затверджене постановою КМУ від 21.05.2012 № 450; Порядок заповнення митних декларацій на бланку єдиного адміністративного документа затверджене наказом Мінфіну України від 30.05.2012 № 651, зареєстроване у Мін'юсті 14.08.2012 за № 1372/21684; Перелік відомчих класифікаторів інформації з питань державної митної справи, які використовуються у процесі оформлення митних декларацій та Порядок ведення відомчих класифікаторів інформації з питань державної митної справи, які використовуються у процесі оформлення митних декларацій затверджені наказом Мінфіну від 29.05.2012 № 623, зареєстровані у Мін'юсті України 18.06.2012 за № 988/21300, № 989/21301; Наказ Мінфіну від 20.09.2012 № 1011 «Про затвердження відомчих класифікаторів інформації з питань державної митної справи, які використовуються у процесі оформлення митних декларацій». Порядок оформлення аркуша коригування, затверджений наказом Мінфіну 06.11.2012 № 1145, зареєстрований у Мін'юсті України 28.11.2012 за № 1995/22307
За напрямом електронного декларування	Митний кодекс України, ст 1, 33, 197, 248, 257, 264, 335; закони України: від 22.05.2003 № 851–IV «Про електронні документи та електронний документообіг»; від 22.05.2003 № 851–IV «Про електронний цифровий підпис»; Порядок підключення до глобальних мереж передачі даних, затверджений постановою КМУ від 12.04.2002 № 522; Порядок застосування електронного цифрового підпису органами державної влади, органами місцевого самоврядування, підприємствами, установами та організаціями державної форми власності, затверджений постановою КМУ від 28.10.2004 № 1452. Концепція створення багатофункціональної комплексної системи «Електронна митниця», схвалена розпорядженням КМУ від 17.09.2008 № 1236-р

Продовження таблиці 2.3

1	2
За напрямом застосування митних режимів	Митний кодекс України, ст. 70–185, 283–286. Податковий кодекс України, ст. 206. Перелік товарів, які не можуть бути поміщені у митний режим відмови на користь держави, затверджений постановою КМУ від 21.05.2011 № 427. Порядок виконання митних формальностей відповідно до заявленого митного режиму, затверджений наказом Мінфіну України від 31.05.2012 № 657, зареєстрований в Мін'юсті 02.10.12 за № 1669/21981. Порядок виконання митних формальностей при здійсненні митного оформлення комплектних об'єктів, затверджений наказом Мінфіну України від 30.05.2012 № 630, зареєстрований в Мін'юсті 21.06.12 за № 1025/21337
За напрямом уповноважених економічних операторів	Митний кодекс України, ст. 12–18. Порядок застосування спеціальних спрощень, що надаються уповноваженому економічному оператору, затверджений постановою КМУ від 21.05.2011 № 447
За напрямом здійснення митних процедур при митному оформленні товарів з використанням книжки А.Т.А.	Конвенція про тимчасове ввезення (Стамбул, 1990 р. Митний кодекс України, ст. 94, 104, 110, 114, 306 та 317. Закон України від 24.03.2004 № 1661–IV «Про приєднання України до Конвенції про тимчасове ввезення». Порядок видачі книжок (карнетів) А.Т.А., затверджений постановою КМУ від 29.11.2006 № 1654. Розпорядження КМУ від 31.12.2004 № 988-р «Про надання Торгово-промислової палати України повноважень виступати гарантуючою організацією, що видає в Україні книжки (карнети) А.Т.А.». Порядок митного оформлення товарів, що переміщуються через митний кордон України з використанням книжок (карнетів) А.Т.А., затверджений наказом Мінфіну України від 31.05.2012 № 657. Інструкція по заповненню граф книжки (карнета) А.Т.А. митними органами, затверджена наказом Мінфіну України від 31.05.2012 № 657. Угода про співробітництво між Державною митною службою України та Торгово-промисловою палатою України (Київ, 24.02.2007)

* складено на основі пошукового реєстру нормативно-правових актів Верховної Ради України, закладка «Пошук документів за реквізитами» [8]

Засади державної митної справи, зокрема, процедури митного контролю та митного оформлення товарів, що переміщуються через митний кордон України, митні режими та умови їх застосування, заборони та/або обмеження щодо ввезення в Україну, вивезення з України та переміщення через територію України транзитом окремих видів товарів визначаються Митним кодексом та іншими законами України [19, с. 105].

Статтею 246 Митного кодексу встановлено, що метою митного оформлення є забезпечення дотримання встановленого законодавством України порядку переміщення товарів, транспортних засобів комерційного призначення через митний кордон України, а також забезпечення статистичного обліку ввезення на митну територію України, вивезення за її межі і транзиту через її територію товарів [23]. Порядок виконання митних формальностей при здійсненні митного оформлення визначається центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування і реалізує державну податкову і митну політику, якщо інше не передбачено Митним кодексом [22]. Порядки вступу в дію нормативно-правових актів (далі – НПА) з питань митного законодавства та їх застосування, які мають деякі характерні відмінності від встановленого загального порядку.

До митного законодавства відносяться Конституція, Митний кодекс України, інші закони, які регулюють питання митного законодавства, міжнародні договори України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України та інші підзаконні НПА, прийняті з метою реалізації норм законодавчих актів.

Норми МК України визначають, що закони України та інші НПА, які регулюватимуть питання державної митної справи набирають чинності після спливу 45-денного строку з дня їх офіційного опублікування, за винятком випадків, коли відповідним НПА встановлено іншу дату набрання чинності, однак яка не може бути раніше дня їх офіційного опублікування.

Можна припустити, що норма МК України щодо встановлення 45-денного строку для вступу в дію НПА з питань митного законодавства була запозичена із норми Закону України «Про Єдиний митний тариф» від 05.02.1992 № 2097, в якому була норма про необхідність офіційного опублікування Єдиного митного тарифу України, а також змін і доповнень до нього не пізніше як у 45-денний строк до дати введення їх у дію, яка вже втратила чинність у зв'язку із вступом в дію чинної редакції МК України [6]. Поряд з цим, в діючій редакції МК України передбачено здійснення деяких митних процедур, які також пов'язані із застосуванням 45-денного строку. Наприклад, передбачено норму щодо тимчасового вивезення з митного складу товарів, які поміщені у митний режим митного складу у не більше як у 45-денний строк. Також у МК міститься норма щодо зобов'язання декларанта або уповноваженої ним особи подати митному органу додаткову митну декларацію у 45-денний строк з дати оформлення тимчасової митної декларації (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Консолідація законодавства з питань державної митної справи в Україні
у частині оформлення митної декларації***

Напрямок митної справи	Нормативно-правовий акт
1. Подання митної декларації та її електронної копії до митного органу	Митний кодекс України, ст. 255, ч. 1; 264, ч. 3; Порядок виконання митних формальностей при здійсненні митного оформлення товарів із застосуванням митної декларації на бланку єдиного адміністративного документа, затверджений наказом Мінфіну України від 30.05.2012 № 631, зареєстрований в Мін'юсті України 10.08.2012 за № 1360/21672 (далі – Порядок № 631), пп. 3.1-3.10; Наказ Держмитслужби України від 07.02.2012 № 83 «Про використання програмно-технічного модуля «Інформаційний термінал»
2. Форматно-логічний контроль	Митний кодекс України, ст. 337, ч. 2; Описи алгоритмів системи форматно-логічного контролю правильності заповнення граф вантажної митної декларації, затверджені наказом Держмитслужби України від 25.11.2010 № 1424
3. Реєстрація митної декларації	Митний кодекс України, ст. 259, ч. 8; 264, ч. 1, 3; Порядок № 631, п. 4.1
4. Перевірка наявності рахунку, декларації митної вартості, правильності заповнення граф декларації, відповідності електронної копії декларації	Митний кодекс України, ст. 264, ч. 5, 6; 336 пп. 1, ч. 1; Наказ Мінфіну України від 31.05.2012 № 657 «Про виконання митних формальностей відповідно до заявленого митного режиму», зареєстрований в Мін'юсті України 02.10.2012 за № 1669/21981; Порядок № 631, п. 4.2
5. Відмова у прийнятті митної декларації. Заповнення картки відмови	Митний кодекс України, ст. 259, ч. 9, 10; 260 ч. 8, 9; 263, ч. 2; 264, ч. 9–12; Порядок № 631, п. 4.4; п. 7.1–7.6
6. Прийняття митної декларації	Митний кодекс України, ст. 259, ч. 8; 264, ч. 6; Порядок № 631, п. 4.3
7. Перевірка дотримання строків подання митної декларації та відміток про завершення переміщення	Митний кодекс України, ст. 246, 264, ч. 5, 6; Порядок № 631, пп. 4.5.1, 4.5.2; Порядок виконання митних формальностей при здійсненні транзитних переміщень, затверджений наказом Мінфіну України від 09.10.2012 № 1066, зареєстрований в Мін'юсті 19.12.2012 за № 2120/22432, п. 3.9, 3.17
8. Контроль співставлення	Митний кодекс України, ст. 337, ч. 3; Порядок № 631, пп. 4.5.3
9. Контроль із застосування системи управління ризиками (АСАУР)	Митний кодекс України, ст. 320, 337, ч. 1, 4; 361–363; Порядок № 631, пп. 4.5.4; Порядок здійснення аналізу та оцінки ризиків, розроблення і реалізації заходів з управління ризиками в митній службі України, затверджений наказом Мінфіну України від 24.05.2012 № 597, зареєстрований в Мін'юсті 01.06.2012 за № 882/21194

Продовження таблиці 2.4

Напрямок митної справи	Нормативно-правовий акт
10. Перевірка правильності класифікації товарів	Митний кодекс України, ст. 67–69; Порядок № 631, пп. 4.5.5; Порядок роботи відділу митних платежів, підрозділу митного оформлення митного органу та митного поста при вирішенні питань класифікації товарів, що переміщуються через митний кордон України, затверджений наказом Мінфіну від 30.05.2012 № 650, зареєстрований в Мін'юсті України 02.07.2012 за № 1085/21397; Наказ Державної фіскальної служби України від 09.06.2015 № 401 «Про затвердження Пояснень до Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності»
11. Перевірка правильності визначення країни походження	Митний кодекс України, ст. 36–48; закони України «Про ратифікацію Угоди про Правила визначення країни походження товарів у Співдружності Незалежних Держав» від 06.07.2011 № 3592–VI; «Про ратифікацію Угоди про вільну торгівлю між Урядом України та Урядом Чорногорії» від 16.10.2012 № 5445–VI; «Про ратифікацію Угоди про вільну торгівлю між Україною та Республікою Македонія» від 05.07.2001 № 2599–III; «Про ратифікацію Угоди про вільну торгівлю між Україною та державами ЄАВТ, Угоди про сільське господарство між Україною та Королівством Норвегія, Угоди про сільське господарство між Україною та Ісландією та Угоди про сільське господарство між Україною та Швейцарською Конфедерацією» від 07.12.2011 № 4091–VI; Правила визначення країни походження товарів, прийняті Рішенням глав урядів СНД від 30.11.2000 (зі змінами); Порядок № 631, пп. 4.5.6
12. Перевірка об'єктів права інтелектуальної власності	Митний кодекс України, ст. 4, п. 17, 46; 356; 397–403; Порядок № 631, пп. 4.5.8; Порядок взаємодії підрозділів митниці при здійсненні митного контролю та митного оформлення товарів, що містять об'єкти права інтелектуальної власності, затверджений наказом Мінфіну України від 30.05.2012 № 647, зареєстрований у Мін'юсті України від 22.06.2012 за № 1033/21345
13. Перевірка правильності застосування пільг зі сплати митних платежів	Митний кодекс України, ст. 270–288; Податковий кодекс України, ст. 197, 198, 201, 206; Порядок № 631, пп. 4.5.9; Наказ Мінфіну України від 20.09.2012 № 1011 «Про затвердження відомчих класифікаторів інформації з питань державної митної справи, які використовуються у процесі оформлення митних декларацій»

Продовження таблиці 2.4

Напрямок митної справи	Нормативно-правовий акт
14. Перевірка дотримання заходів нетарифного регулювання	Митний кодекс України (ст. 4, 196, 197, 319, 561); закони України «Про ветеринарну медицину»; «Про карантин рослин»; «Про охорону навколишнього природного середовища»; «Про безпечність та якість харчових продуктів»; «Про державний ринковий нагляд і контроль нехарчової продукції»; «Про охорону прав на сорти рослин»; «Про наркотичні засоби, психотропні речовини і прекурсори»; «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаної з реалізацією та експортом лісоматеріалів»; «Про зовнішньоекономічну діяльність»; «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаної з виробництвом, експортом, імпортом дисків для лазерних систем зчитування»; «Про вивезення, ввезення та повернення культурних цінностей»; Декрет КМУ «Про систему валютного регулювання і валютного контролю»; закони України «Про захист прав споживачів»; «Про рибу, інші водні живі ресурси та харчову продукцію з них»; «Про радіочастотний ресурс України»; постанова КМУ від 05.10.2011 № 1030 «Деякі питання здійснення попереднього документального контролю в пунктах пропуску через державний кордон України»; постанови КМУ від 05.10.2011 № 1031 «Деякі питання здійснення державного контролю товарів, що переміщуються через митний кордон України»; від 21.05.2012 № 436 «Про затвердження переліків товарів, на які встановлено обмеження щодо переміщення через митний кордон України»; від 14.05.2008 № 446 «Про затвердження Порядку митного оформлення товарів, що ввозяться на митну територію України та підлягають обов'язковій сертифікації в Україні, і визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України»; наказ Мінфіну України від 05.02.2013 № 61 «Про затвердження Інструкції з організації роботи посадових осіб митних органів під час здійснення попереднього документального контролю в пунктах пропуску через Державний кордон України»
15. Проведення митного огляду	Митний кодекс України, ст. 336, 338; Порядок № 631, п. 4.8; наказ Мінфіну України від 30.05.2012 № 636 «Про затвердження форми Акта про проведення огляду (переогляду) товарів, транспортних засобів, ручної поклажі та багажу», зареєстрований в Мін'юсті України від 19.06.2012 за № 1004/21316

Продовження таблиці 2.4

Напрямок митної справи	Нормативно-правовий акт
16. Перевірка правильності визначення митної вартості	Митний кодекс України, ст. 49–56; Порядок включення суми роєлті та інших ліцензійних платежів до ціни, що фактично сплачена або підлягає сплаті за оцінювані товари, під час визначення їх митної вартості, затверджений постановою КМУ від 21.05.2012 № 446; Порядок № 631, пп. 4.5.10; наказ Мінфіну України від 24.05.2012 № 598 «Про затвердження форми рішення про коригування митної вартості товарів, Правил заповнення рішення про коригування митної вартості товарів та Переліку додаткових складових до ціни договору», зареєстрований в Мін'юсті України 01.06.2012 за № 883/21195; наказ Мінфіну від 24.05.2012 № 599 «Про затвердження Форми декларації митної вартості та Правил її заповнення», зареєстрований в Мін'юсті 18.06.2012 за № 984/21296
17. Перевірка відомостей про виконання формальностей сформованих АСАУР	Митний кодекс України, ст. 320, 337, ч. 1, 4; 361–363; Порядок здійснення аналізу та оцінки ризиків, розроблення і реалізації заходів з управління ризиками в митній службі України, зареєстрований в Мін'юсті 01.06.2012 за № 882/21194; Порядок № 631, пп. 4.9.1
18. Перевірка правильності нарахування митних та інших платежів	Митний кодекс України, ст. 305–317; Порядок № 631, пп. 4.9.2
19. Нарухування плати за митні формальності поза місцем розташування або поза робочим часом	Митний кодекс України, ст. 247, ч. 7, 8; постанова КМУ від 18.01.2003 № 93 «Про справляння плати за виконання митних формальностей митними органами поза місцем розташування митних органів або поза робочим часом, установленим для митних органів»; Порядок справляння плати за виконання митних формальностей митними органами поза місцем розташування митних органів або поза робочим часом, установленим для них, зареєстрований в Мін'юсті 14.06.2012 за № 955/21267; Порядок № 631, пп. 4.9.3
20. Справляння митних платежів	Митний кодекс України, ст. 289–304; Порядок № 631, пп. 4.9.4, 4.9.5
21. Завершення митного оформлення	Митний кодекс України, ст. 255; Положення про митні декларації, затвержене постановою КМУ від 21.05.2012 № 450, п. 15, 16; Порядок заповнення митних декларацій на бланку єдиного адміністративного документа, затверджений наказом Мінфіну України від 30.05.2012 № 651, зареєстрований в Мін'юсті від 14.08.2012 за № 1372/21684, пп. 4.8, 5.1, 6.7; Порядок № 631, пп. 4.9.6
22. Видача митної декларації декларанту	Митний кодекс України, ст. 255; Порядок № 631, пп. 4.9.7

* складено на основі пошукового реєстру нормативно-правових актів Верховної Ради України, закладка «Пошук документів за реквізитами» [6]

Офіційне опублікування НПА з питань митного законодавства у МК України визначається як опублікування повного тексту такого НПА в одному з офіційних друкованих видань, в якому опублікування відбулося раніше ніж в інших офіційних виданнях, при цьому дата такого опублікування і є датою вступу в дію НПА. У разі коли опублікування тексту НПА відбувається частинами (тобто, певна конкретна частина або частини тексту вступають в дію в інші дати, ніж його повний текст), то вступ в дію всього НПА відбувається в день, коли було опубліковано його останню частину [27].

Важливим моментом також є те, що вступ в дію НПА з питань митного законодавства пов'язаний не лише з датою його опублікування, а також із часом з якого можна застосовувати НПА або його певну частину (частини). Так, НПА вважається чинним з початку доби наступного дня за днем офіційного опублікування (в 0 год), у випадку, коли НПА має тимчасову дію, строк його дії розпочинається з 0 год дня, наступного за днем офіційного опублікування, а припиняється в 0 год останнього дня встановленого строку. При наявності в НПА чітко визначеної дати його вступу в дію, він вступає в дію в 0 год цієї дати. Такі норми перед усім пов'язані з тим, що здійснення фізичними особами або суб'єктами господарювання певних дій щодо переміщення товарів на митну територію України, проходження митного контролю та митне оформлення може відбуватися у різний період доби, а отже застосування норм митного законодавства реалізується в залежності від періоду доби здійснення зазначених дій. Однак вважаємо за доцільне зазначити, що аналізуючи прийняті НПА з питань митного законодавства можна зробити висновок, що норма МК України щодо вступу в дію НПА з питань митного законодавства після спливу 45-денного строку з дня їх офіційного опублікування останнім часом на практиці не виконуються, в НПА з питань митного законодавства визначається певна дата його вступу в дію або встановлюється певний строк з дня його офіційного опублікування або містить посилання на дату офіційного опублікування.

Щодо застосування норм НПА з питань митного законодавства МК України передбачено, що під час здійсненні митного контролю та митного оформлення товарів, що постачаються на митну територію України необхідно застосувати норми НПА, які діяли в день прийняття митницею митної декларації, а під час виконання митних формальностей без подання митної декларації,

застосовуються норми НПА, які діяли на день виконання таких формальностей. Тобто, застосування норм митного законодавства тісно пов'язано з періодом вчинення певної дії. Також у МК України реалізовано норми Конституції і встановлено, що зворотню дію у часі мають лише норми НПА з питань митного законодавства, які пом'якшують або скасовують відповідальність осіб за порушення митних правил [27].

При неоднозначності трактування прав та обов'язків фізичних осіб та суб'єктів господарювання щодо застосування норм митного законодавства рішення митним органом приймається на користь цих фізичних осіб та суб'єктів господарювання. Крім того, слід враховувати, що норми законодавства, у тому числі з питань державної митної справи зазнають частих безсистемних змін, що призводить до недосконалої його норм та виникнення проблемних ситуацій щодо їх застосування. Так, наприклад при внесенні змін до МК України не завжди забезпечується своєчасне та доцільне внесення змін до інших законів з питань митного законодавства або підзаконних НПА.

Враховуючи зазначене, рекомендується з метою правильного застосування норм митного законодавства передусім застосовувати норми Митного та Податкового кодексів України, а при застосуванні норм інших НПА перевіряти не лише їх чинність, а також і відповідність нормам вказаних кодексів, оскільки це впливає не лише на дотримання процедур митного контролю, митного оформлення, митних формальностей, а також на результати прийняття рішень судами під час розгляду адміністративних справ щодо митних спорів, оскільки у кожному з таких рішень міститься посилання на застосування норм діючих на момент виникнення спірних правовідносин (зокрема, щодо скасування рішення про коригування митної вартості товарів і картки відмови в прийнятті митної декларації, митному оформленні випуску чи пропуску товарів, транспортних засобів комерційного призначення тощо).

2.3. Теоретико-методологічні основи ефективного справляння митних платежів

Митні платежі: економічний зміст та роль у формуванні доходів державного бюджету України. Провідна роль у мобілізації коштів до державного бюджету належить податкам, які в основ-

ному створюють фінансову базу для виконання державою її функцій. Джерелом податків виступає нова вартість або національний дохід, який створюється у сфері матеріального виробництва, що включає вартість необхідного продукту (ціну робочої сили чи заробітну плату) та вартість додаткового продукту (прибуток, відсотки). Податки виступають індивідуальними безповоротними цільовими платежами юридичних і фізичних осіб до бюджету певного рівня в розмірах і термінах, встановлених чинним законодавством.

Економічна наука поділила податки на групи (за формою оподаткування, за рівнем, який стягує податок, за економічним змістом об'єкта оподаткування). Такий поділ необхідний, через те що окремі групи податків потребують відповідних умов оподаткування, стягнення і відповідних адміністративно-фінансових заходів.

За формою оподаткування податки поділяють на прямі та непрямі. Вперше такий поділ податків на прямі і непрямі було здійснено в науковому світі в XVI Джоном Локком відносно землевласника. В основу цього поділу ним було покладено критерій перекладності. Тобто, визначивши головне положення, що будь-який податок, з кого б він не справлявся, зрештою, ляже на землевласника. Д. Локк встановив, що замість податків, якими обкладається земля непрямо, варто віддати перевагу податку, який безпосередньо справляється із землевласником. Тому вважалося, що поземельний податок є прямим, решта податків – непрямі [1].

Зовнішня відмінність між прямими і непрямими податками полягає у безпосередньому або опосередкованому відношенні влади до об'єктів і суб'єктів оподаткування. Прямі податки – податки, що встановлюються безпосередньо щодо платників, їх розмір прямо пропорційно залежить від результатів фінансової діяльності [1]. Прямими податками переважно оподатковується земля, капітал, доходи, прибуток. Непрямі податки або податки на споживання – податки, що обчислюються на основі цін або фізичних характеристик товарів та послуг, розмір яких безпосередньо не залежить від доходів платника, а визначається за вартісними або кількісними характеристиками здійснених ним оподатковуваних операцій [28]. Непрямими податками обкладаються переважно різні предмети споживання. Платниками непрямих податків виступають покупці товарів, робіт, послуг. Зазначені податки входять в ціну і тим самим сплачуються безпосередньо, тому мають назву – податки на споживання. Непрямі податки класифікуються за рядом ознак, які представлені в таблиці 2.5.

Класифікація непрямих податків*

Ознака класифікації	Короткий зміст
За економічною суттю	Акцизи – непрямі податки на операції з реалізації товарів і послуг, що встановлюються у вигляді надбавки до ціни реалізації. У податковій системі України застосовується два види акцизів – податок на додану вартість і акцизний податок. Мита – непрямі податки на операції з переміщення товарів через митний кордон держави і встановлюються у вигляді надбавки на митну вартість цих товарів. В податковій системі України розрізняють ввізне та вивізне мита
За сферою застосування	Універсальними є непрямі податки, що справляються з усіх товарів і послуг, окрім тих, які звільнено від оподаткування. Універсальним непрямим податком є податок на додану вартість. У світовій практиці роль універсальних непрямих податків виконують також податок з обороту та податок з продажу. Специфічними є непрямі податки, що справляються лише з тих товарів і послуг, перелік яких визначено законодавством. Специфічними непрямими податками в податковій системі України є акцизний збір і мито
За механізмом стягнення	Одностадійними є непрямі податки, що одноразово стягуються на певному етапі товарообігу. Багатостадійними є непрямі податки, що підлягають стягненню на кожному етапі товарообігу – податок на додану вартість, який підлягає сплаті на кожній стадії реалізації товарів і послуг
За наявністю кумулятивного (каскадного) ефекту	Кумулятивні (каскадні) – непрямі податки, механізм стягнення яких передбачає повторне оподаткування товарів і послуг на всіх стадіях їх обігу. Некумулятивні (некаскадні) – непрямі податки, механізм стягнення яких виключає можливість повторного оподаткування товарів і послуг, забезпечуючи однакові податкові надходження за однаковими товарами і послугами незалежно від кількості етапів їх обігу на шляху від виробника до споживача

*розроблено на основі [28]

За економічною природою непрямі податки поділяються на акцизи та мита. Відповідно до бюджетної класифікації України мито (ввізне та вивізне) є податком на зовнішню торгівлю, а податок на

додану вартість (ПДВ) і акцизний податок є внутрішніми податками [21]. За сферою застосування непрямі податки поділяють на універсальні та специфічні. Універсальними непрямими податками в українській податковій системі є податок на додану вартість. У світовій практиці роль універсальних непрямих податків виконують також податок з обороту і податок з продажу. Специфічними непрямими податками в податковій системі України є акцизний податок і мито. За механізмом стягнення непрямі податки є одностадійні та багатостадійні. Одностадійними непрямими податками є акцизний податок і мито, багатостадійним – ПДВ.

Механізм стягнення податку на додану вартість, акцизного збору і мита за законодавством України визначає їх некумулятивний характер (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Характеристика непрямих податків в Україні*

Назва податку	Економічна природа податку	Сфера застосування	Механізм стягнення	Наявність кумулятивного ефекту
ПДВ	Акциз	Універсальний	Багатостадійний	Некумулятивний
Акцизний податок		Специфічний	Одностадійний	
Мито	Мито			

* розроблено автором

Податкове законодавство України визначає таку систему елементів податкових правовідносин:

– суб'єкт оподаткування – це особа, на яку покладено податкове зобов'язання перед державою і яка несе на собі тягар зі сплати податку. До суб'єктів оподаткування відносять платників (особа, яка перераховує суму податкових зобов'язань до бюджету держави) і носіїв (особа, на яку покладається тягар зі сплати податку в результаті процесу перекладання податків). У свою чергу, носії податку залежно від участі в загальній системі утворення та сплати податку поділяються на:

а) осіб, які безпосередньо утворюють базу оподаткування (головним чином, це виробники та споживачі);

б) посередники між (виробниками та споживачами);

в) кінцеві споживачі;

– об'єкт оподаткування – це процес, наявність якого зобов'язує сплачувати обов'язкові платежі до централізованого фонду грошових коштів держави;

– джерело сплати податків – фонд чи дохід, з якого сплачується податок і проводяться розрахунки з бюджетом;

– ставка податку – офіційно встановлений розмір податку, що забезпечує обчислення належної суми до сплати податку. Розрізняють три методи побудови податкових ставок:

а) інтуїтивний – органи державної влади, які запроваджують податок, встановлюють ставку на власний розсуд (інтуїтивно);

б) емпірично-аналітичний – законодавець встановлює ставки на основі аналізу за попередні періоди і певних емпіричних висновків;

в) економіко-математичного моделювання – забезпечує встановлення ставок на основі побудови моделей і врахування впливу основних факторів (інтереси держави, платників, суспільства);

– база оподаткування – безпосередньо розмір предмета оподаткування;

– термін сплати податку – конкретна календарна дата або період часу, протягом якого платник податку повинен розрахуватися з державою. Терміни мають вагоме значення для повноти та своєчасності наповнення доходної частини бюджетів усіх рівнів, а також його витрат на соціальні потреби;

– податковий період – це час, протягом якого визначають податкові зобов'язання платників податків перед бюджетами всіх рівнів, тобто рік або інший період, який відноситься до податків і по закінченню якого визначається база щодо оподаткування, розраховується розмір податку, який підлягає сплаті.

До непрямих податків сфери зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) належать податок на додану вартість із ввезених на митну територію України товарів (продукції), акцизний податок із ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) та мито (ввізне і вивізне), які в сукупності становлять митні платежі. Митні платежі – одні із важливих важелів регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємства та головне джерело наповнення доходної частини Державного бюджету України. Разом із прийняттям Податкового кодексу України (ПКУ) та змін до митного законодавства в нашій державі сформовано принципово нову правову основу для податків і зборів.

Основні платежі, які нараховуються митними органами, можна класифікувати на декілька груп:

- платежі, пов'язані з нарахуванням митного тарифу;
- різні види плат;
- непрямі податки, що нараховуються при здійсненні експортно-імпорتنих операцій (акцизний податок, ПДВ);
- платежі за видачу ліцензій на здійснення діяльності у сфері митно-тарифних відносин, платежі пов'язані з проблемами порушення митного законодавства.

За економічною природою основу митних платежів становлять митні податки та митні збори (табл. 2.7). Доречно відзначити, що поняття «митні податки» чи «митні плати» законодавством не передбачені, на відміну від митних платежів, до яких відноситься мито, акцизний податок та ПДВ із ввезених товарів (продукції) на митну територію України. Статтею 41 ПКУ встановлено, що митні органи є суб'єктами державного контролю щодо мита, акцизного податку, податку на додану вартість, які згідно з податковим законодавством справляються у разі ввезення товарів і предметів на митну територію України або територію спеціальної митної зони або їх вивезення з них [33]. З цього випливає, що ввізне та вивізне мито, нарахування якого передбачено на об'єкти експортно-імпорتنих операцій, за чинним податковим законодавством, є одним з видів податків, тобто обов'язковим, безумовним платежем до бюджету відповідного рівня. Відповідно до ст. 9 ПКУ [33] разом із ПДВ і акцизним податком, мито належить до загальнодержавних податків, отже, сплачується до Державного бюджету України. Тому нами розглядаються виключно різновиди митних платежів.

Таблиця 2.7

Класифікація митних платежів в Україні*

Ознака класифікації	Короткий зміст
Митні податки	Мито (ввізне, вивізне). Акцизний податок (з товарів, що переміщуються через митний кордон). ПДВ (з товарів, що переміщуються через митний кордон).
Митні збори	Єдиний збір у пунктах пропуску через митний кордон. Плата за зберігання товарів і транспортних засобів на складах митних. Плата за виконання митних формальностей митними органами

*розроблено автором за [33]

Основним інструментом регулювання ЗЕД, який одночасно виступає непрямим податком є мито, під яким розуміють обов'язковий особливий вид митних платежів, що стягується митними органами країни при ввезенні товару на її митну територію або його вивезенні із цієї території і є невід'ємною умовою такого ввезення або вивезення відповідно до законодавства. Мито як непрямий податок виконує як фіскальну, так і регулятивну функції, його пряма роль як інструменту ціноутворення, з одного боку, обумовлює рівень збирання податків до державного бюджету, а з іншого – мито є також вартісною категорією, яка включається до ціни імпортованих чи експортованих товарів. Якщо порівнювати з іншими податками (ПДВ, акцизним податком), які стягуються з товарів і транспортних засобів, що імпортуються в Україну, мито є основним способом регулювання їх ціни, отже, й обсягу зовнішньої торгівлі.

Розмір мита визначається митним тарифом, що містить списки товарів, оподатковуваних митом, і ставки мита. Основне призначення мита – захист внутрішнього виробника внаслідок штучного збільшення собівартості імпортного товару, що також є джерелом поповнення бюджетних коштів.

Ставки мита – це розмір платежу, що підлягає стягненню за конкретний товар. Статтею 280 Митного кодексу України (МКУ) «Ставки мита» встановлені такі види мита [24]:

- адвалорне (в перекладі з лат. *ad valorem* – відповідно до ціни, за вартістю) нараховується у відсотках до митної вартості товарів. Митна вартість – це вартість товарів, що використовується для митних цілей, яка базується на ціні, що фактично сплачена або підлягає сплаті за ці товари;

- специфічне (нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю відповідних товарів);

- комбіноване, яке поєднує обидва ці види обкладання митом.

Нарахування мита за комбінованими ставками здійснюється в три етапи:

- спочатку обчислюється сума мита за адвалорною ставкою у відсотках до митної вартості;

- потім обчислюється сума мита за специфічною ставкою в євро за одиницю товару;

- для визначення суми мита, що підлягає сплаті, вико ристовується, як правило, найбільша величина

Близько 94 % ставок митного тарифу України є адвалорними, решта – специфічними або комбінованими. Митним кодек-

сом України визначається існування ввізного (застосовуються при ввезенні товарів на митну територію України) та вивізного (при вивезенні за межі митної території України) видів мита. Наведені митні ставки мають як переваги, так і недоліки. Розглянемо дане питання з фіскального погляду. На перший погляд адвалорне мито гарантує еластичність його надходження залежно від коливання цін на зовнішніх ринках. У випадках потрапляння на внутрішній ринок товарів за демпінговими цінами або, якщо митниця недостатньо справедливо визначає базу оподаткування, тобто на митну вартість товару збільшуються як фіскальні, так і регулюючі ризики.

З метою зменшення вищевказаних ризиків використовують специфічне мито, яке за будь-якої митної вартості товару не дозволяє зменшити надходження за одиницю продукції, нижче від визначеного рівня. Звідси напрашується висновок, збільшення специфічних ставок мита над адвалорним вказує на певний рівень недовіри Уряду до митних органів, а відтак їх корумпованість та низьку професійну підготовку працівників митних органів і низьке технічне оснащення митних постів. Крім того, встановлюючи специфічні ставки, втрачається і соціальна справедливість митної політики, тобто підвищується податковий тягар на менш забезпечені верстви населення (підвищуються ціни на дешеві товари). Щодо комбінованих ставок мита, то вони покликані зменшувати ризики коливання цін і неефективної роботи митниці, оскільки базуються на показнику, який є більш фіскально-ефективним на даний час.

Крім перелічених видів існують особливі види мита: спеціальне, компенсаційне, антидемпінгове, головне завданням яких полягає у захисті національного товаровиробника, сприянні підвищення економічної безпеки держави в частині недопущення недоброякісних товарів на митну територію України (див. табл. 2.8).

До кожного виду товару митний тариф дозволяє застосовувати три види ставок: преференційні (сприятливий митний режим, для країн, з якими Україна входить у митні союзи та (або) має двосторонні договори); пільгові (ставки, що застосовуються до країн, які користуються в Україні режимом найбільшого сприяння); повні (застосовується до решти товарів). Крім мита, податкове законодавство України покладає на митні органи стягнення й інших податків на товари і транспортні засоби, які ввозяться на митну територію України (ПДВ і акцизного податку). Причому, питома вага ПДВ у загальних обсягах перерахувань до державного бюджету станом на 01.01.2018 р. становить 83,6 %.

Класифікація особливих вид мита в Україні*

Особливі види мита	Коротка характеристика застосування
Спеціальне мито	<ul style="list-style-type: none"> – запобіжний захід для учасників ЗЕД, які порушують національні інтереси України; – заходи щодо інших країн (союзів) у відповідь на порушення прав і інтересів українських учасників ЗЕД; – захист національного виробника у разі ввезення товарів в обсягах та умовах, які завдають шкоду українському виробнику
Компенсаційне мито	<ul style="list-style-type: none"> – у разі ввезення на митну територію України товарів, при виробництві або імпорті яких використовувалася субсидія і таке ввезення завдає шкоди українським виробникам чи перешкоджає розвитку їх виробництва в Україні; – у разі вивезення за межі митної території України товарів, при виробництві чи експорті яких використовувалася субсидія і таке вивезення загрожує національним економічним інтересам України
Антидемпінгове мито	<ul style="list-style-type: none"> – у разі ввезення на митну територію України товарів, які є об'єктом демпінгу; – у разі вивезення за межі митної території України товарів за ціною, нижчою за ціни інших експортерів конкуруючих товарів, якщо таке вивезення завдає шкоди національному виробнику

* розроблено автором за [24]

Україна обрала найбільш просту та ефективну структуру ПДВ: його ставка є єдиною для всіх товарів, які ввозяться на митну територію (крім окремих груп товарів та операцій, оподаткування яких здійснюється за нульовою ставкою або таких, які взагалі не підлягають оподаткуванню).

При ввезенні в Україну окремих груп товарів, які належать до категорії підакцизних, митні органи стягують також і акцизний податок. За ПКУ акцизний податок є непрямий податок на споживання окремих видів товарів, що включається до ціни таких товарів. Акцизний податок стягується не з усіх товарів, які виробляються в Україні або ввозяться на її митну територію, а лише з високоліквідних і монопольних, перелік яких визначає держава на рівні закону. Характерною ознакою акцизного податку, що відрізняє його від мита та ПДВ, є обмежений перелік номенклатури то-

варів. Загалом цей перелік та ставки зазначеного податку визначаються ст. 215 ПКУ, а митні органи виступають суб'єктами контролю за правильністю його обчислення та своєчасністю сплати до бюджету під час митного оформлення підакцизних товарів у разі їх ввезення на митну територію України (крім випадків імпорту вже маркованої продукції).

Базою оподаткування митних податків виступає митна вартість, під якою розуміють ціну товару, що була фактично сплачена або підлягає сплаті за такі товари на момент перетину митного кордону України. Від правильного розрахунку митної вартості залежить сума надходжень до державного бюджету, рівень імпортних цін на внутрішньому ринку і дієвість митного регулювання. Визначення митної вартості товарів, які імпортуються в Україну, здійснюється за такими методами [24] (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Методи визначення митної вартості імпортних товарів в Україні*

Назва методу	Основа визначення митної вартості
Метод визначення митної вартості товару за ціною угоди щодо товарів, які імпортуються	Ціна угоди, фактично сплачена, або ціна, що підлягає сплаті за товари, які імпортуються
Метод визначення митної вартості за ціною угоди щодо ідентичних товарів, що продали на експорт	Ціна угоди щодо ідентичних товарів
Метод визначення митної вартості товару за ціною угоди щодо подібних товарів	Ціна угоди щодо подібних товарів
Метод визначення митної вартості на основі віднімання вартості	Ціна одиниці товару, за якою оцінювані, ідентичні чи подібні товари продаються
Метод визначення митної вартості на основі додавання вартості	Витрати на виробництво товарів, до яких додається сума прибутку, та витрат, характерних для продажу товарів, що оцінюються в Україні
Резервний метод	Дійсна вартість імпортованого товару, який обкладається податком, або аналогічного товару, не повинна базуватися на вартості товару вітчизняного виробництва чи на довільних або фактичних оцінках

* розроблено автором за [24]

На практиці, в більшості випадків, застосовується перший і шостий метод. За офіційними даними ДФСУ питома вага митного оформлення за першим методом у 2018 р. склала 94,3 %, що на 2,5 % більше, ніж у 2017 р [16]. Збори, які справляються митними органами, є свого роду платнею за надані адміністративні (управлінські) послуги. Підстави, види, ставки, а також порядок сплати зборів унормовано в статтях 71, 166, 168 МКУ, а також виданими на їх основі постановами Кабінету Міністрів України. Митні збори (плати) частково спрямовуються до Державного бюджету, а частина направляється на покриття витрат та інше фінансування діяльності митниць України.

Серед перелічених митних зборів, за рівнем бюджетних доходів, чільне місце посідає єдиний збір у пунктах пропуску через державний кордон України. Відповідно до ст. 5 Закону України «Про єдиний збір, який справляється у пунктах пропуску через державний кордон України» від 04.11.1999 р. № 1212–XIV цей збір справляється з транспортних засобів вітчизняних та іноземних власників, які перетинають державний кордон України; за здійснення в пунктах пропуску митного (при транзиті вантажів і транспортних засобів), а також за проїзд транспортних засобів автомобільними дорогами України та за проїзд автомобільних транспортних засобів з перевищенням встановлених розмірів загальної маси, осьових навантажень та (або) габаритних параметрів. Єдиний збір забезпечує покриття фактичних витрат держави, які зумовлюються здійсненням зазначених видів контролю в пунктах пропуску на державному кордоні, а також на відновлення автомобільних доріг.

За своєю сутністю митні збори не є регулюючим, а тим паче фіскальним інструментом. Крім того, за величиною надходження вони не ємні. Їх не можна порівняти з митом, акцизним податком і ПДВ. У зв'язку з цим, у нашому дослідженні митні збори (плати) не розглядаються.

Практика оподаткування в Україні використовує декілька видів непрямих податків – універсальні і специфічні акцизи, а також мито. Мито встановлюється на товари які переміщуються через митний кордон України та поділяється на ввільне та вивільне. Найбільш давньою формою оподаткування через відносно просту оцінку та порядок стягнення є специфічні акцизи (акцизний збір відтепер податок). Акцизний податок належить до категорії специфічних акцизів, його стягують по окремих групах товарів за диференційованими ставками.

Універсальні акцизи це довершена форма непрямого оподаткування, якими оподатковується широке коло не тільки товарів, а й робіт та послуг і як правило єдиною, універсальною ставкою. Він може стягуватись у трьох формах: податок з продажу, податок з обороту та податок на додану вартість. Податок з продажу справляється тільки на одній стадії руху товару: виробництва, оптової або роздрібною торгівлі. При оподаткуванні з обороту оподатковується валовий оборот на всіх стадіях руху товару. До нього включають суми податків, сплачені при купівлі товарів виробничого призначення, послуг. Це зумовлює кумулятивний ефект: податок утримується не тільки з обороту товарів і послуг, а й з податків, сплачених раніше, що негативно впливає на поділ праці. Податок на додану вартість – це форма залучення в бюджет частини приросту новоствореної вартості, яка створюється на всіх стадіях виробництва від сировини до кінцевого продукту та справляється на кожному етапі купівлі-продажу в процесі товарообігу.

Невід'ємним атрибутом та важливим інструментом реалізації економічної і соціальної політики кожної країни виступає Державний бюджет. Зважаючи на положення Бюджетного кодексу України, під поняттям державний бюджет розглядають план формування та використання фінансових ресурсів для забезпечення завдань і функцій, які здійснюють органи державної влади протягом бюджетного періоду [41].

З економічної точки зору Державний бюджет – це централізований фонд грошових ресурсів, що знаходиться в розпорядженні уряду для фінансування державного апарату, збройних сил, виконання соціально-економічних функцій. Бюджет виступає одним з найсуттєвіший важелів державного регулювання економіки, впливу на господарську кон'юнктуру, вжиття антикризових заходів та являє собою річний план державних видатків і джерел їх фінансового покриття. Основою фінансової бази функціонування становлять державні доходи країни, їх, як правило, класифікують за джерелами надходження коштів у бюджет. Згідно класифікації Бюджетного Кодексу України виділяють чотири основні джерела надходжень до державного бюджету: податкові, неподаткові надходження, доходи від операцій з капіталом та трансферти. Зокрема, податкові та неподаткові надходження поділяються і ще на кілька ланок. Податковими надходженнями визнаються встановлені законами України про оподаткування загальнодержавні податки і збори (обов'язкові платежі) та місцеві податки і збори (обов'язкові пла-

тежі). До загальнодержавних податкових платежів, які формують дохідну частину місцевих бюджетів, належать податок на доходи фізичних осіб, податок на прибуток підприємств, податок на додану вартість, акцизний податок, екологічний податок, рентна плата тощо. Вони домінують у системі доходів державного бюджету, що обумовлено сутністю податків як фіскальних інструментів держави.

До неподаткових надходжень належать: надходження бюджетних установ; надходження від НБУ; доходи державних підприємств (крім НБУ), адміністративні збори та платежі, інші надходження. Окремі групи надходжень до бюджету України становлять: доходи від операцій з капіталом; трансферти.

Від величини та динаміки доходів державного бюджету залежить рівень забезпеченості держави ресурсами для виконання покладених на неї завдань. З метою визначення шляхів збільшення та раціонального використання дохідної частини Державного бюджету України проведемо аналіз його доходів (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Дохідна частина Державного бюджету України, млрд грн*

Доход бюджету	Рік				
	2014	2015	2016	2017	2018
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
1. Податкові надходження, у т. ч.	280,18	409,42	503,88	627,15	753,82
– податок на доходи фізичних осіб	12,65	45,06	59,81	75,03	91,74
– податок на прибуток підприємств	39,94	34,78	54,34	66,91	96,88
– плата за користування надрами	18,20	36,99	39,70	43,88	45,27
– ПДВ з вироблених в Україні товарів	81,95	108,10	148,46	183,51	210,79
– ПДВ з ввезених на територію України товарів	107,29	138,76	181,45	250,53	295,38
– акцизний податок з вироблених в Україні підакцизних товарів	28,10	38,78	55,12	66,3	71,14
– акцизний податок з ввезених на митну територію України підакцизних товарів	16,86	24,33	35,01	41,99	47,71
– ввізне мито	12,39	39,88	20,00	23,9	26,56
– відшкодування ПДВ	-50,22	-68,41	-94,41	-120,06	131,66
– інші податкові надходження	13,04	11,15	4,4	-4,84	-0,51
2. Неподаткові надходження	68,36	120,01	103,64	128,41	164,68
– доходи від власності та підприємницької діяльності	28,47	71,08	51,59	71,55	87,17

Продовження таблиці 2.10

1	2	3	4	5	6
– власні надходження бюджетних установ	22,08	26,41	34,08	35,53	46,69
– адміністративні збори та платежі, доходи від некомерційної господарської діяльності	5,31	15,01	8,03	10,44	18,41
– інші неподаткові надходження	12,5	7,51	9,94	10,88	12,4
3. Доходи від операцій з капіталом	6,27	2,14	4,31	0,29	0,66
– надходження від продажу основного капіталу	0,03	0,04	0,04	0,04	0,03
– надходження від реалізації державних запасів товарів	0,84	0,1	0,12	0,18	0,57
– кошти від продажу землі і нематеріальних активів	0,02	0,03	0,04	0,07	0,05
4. Кошти від закордонних країн і міжнародних організацій	5,38	1,8	4,11	1,61	1,46
5. Цільові фонди	0,16	0,16	0,29	29,85	0,19
6. Офіційні трансферти	2,12	3,14	4,17	5,97	7,31
Разом	357,8	534,69	616,27	793,28	928,1

*розроблено автором за [12]

Дані таблиці 2.10 свідчать, що основну частину доходів держбюджету України протягом всього досліджуваного періоду займають податкові надходження, які становлять у 2018 р. 81,22 % усіх доходів. Протягом останніх п'яти років спостерігається позитивна тенденція до їх зростання. Загальна сума податкових надходжень у 2018 р. порівняно з 2014 р. зросла на 473,64 млрд грн (269,05 %), причому надходження від непрямих податків значно перевищують надходження від прямих податків.

Серед доходів бюджету України особливе місце займають митні платежі: ПДВ із ввезених на митну територію України товарів (продукції), акцизний податок із ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції), мито, які у 2018 р. становили 52,2 % від усіх податкових надходжень до бюджету та активно використовуються як пріоритетний фіскальний інструмент податкової політики.

Проаналізуємо ефективності митних платежів у таблиці 2.11. Стосовно темпу приросту надходжень митних платежів необхідно виділити 2018 р. Таке зростання митних платежів обумовлено вжиттю ефективних заходів, спрямованих на здійснення належної органі-

зації митного контролю, ефективної протидії митним правопорушенням, забезпечення повноти оподаткування товарів, достовірності декларування товарів, транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України, посилення роботи з контролю за правильністю визначення митної вартості товарів, класифікації країни походження.

Таблиця 2.11

Оцінка ефективності митних платежів, млрд грн*

Показник	Рік				
	2014	2015	2016	2017	2018
Номінальний ВВП	1566,8	1979,5	2383,2	2982,9	3558,7
Доходи Державного бюджету	357,8	534,7	616,3	793,3	928,1
Разом митні платежі, у т. ч.:	134,5	201,9	234,7	303,4	369,6
Акцизний податок з ввезених товарів	14,6	22,8	32,9	29,7	71,1
ПДВ	107,3	138,8	181,5	250,5	295,3
Ввізне мито	12,4	39,9	20,0	22,6	26,5
Вивізне мито	0,22	0,42	0,37	0,64	0,51

* розроблено автором за [17]

Однак, щодо виконання плану по митних платежах у 2018 р. спостерігається його недовиконання. У 2018 р. митницями ДФС зібрано до бюджету 369,65 млрд грн, або 99,38 % до встановленого індикативного показника, в абсолютних показниках становить 2,15 млрд грн.

У цілому показники надходжень до держбюджету в 2018 р. порівняно з 2014 р. зросли на 274,79 % або на 235,13 млрд грн. Приріст надходжень забезпечено з: податку на додану вартість з ввезених на територію України товарів на 188,08 млрд грн або на 275,3 %, акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів у 4,9 рази або на 56,54 млрд грн, ввізного мита на 214,2 % або на 14,16 млрд грн, вивізного мита на 231,8 % або на 0,29 млрд грн. Зменшення надходжень ввізного мита обумовлено відміною з 01.01.2016 р. додаткового імпортного збору.

У таблиці 2.12 на основі показників загальних надходжень до держбюджету України і окремо надходжень від митних платежів розрахована частка митних платежів у доходах бюджету України, або за твердженням А. Білецького [5], фіскальний потенціал.

У 2014–2018 рр. попри розвиток негативних тенденцій в зовнішньоекономічній діяльності та в країні цілому, що було зу-

мовлено низькою економічною активністю, зменшенням купівельної спроможності домогосподарств, призупиненням виробничих потужностей та руйнуванням транспортної інфраструктури на сході держави, зниженням цін на світових товарних ринках, а також погіршенням торговельних відносин з Росією, рівень концентрації податкових надходжень від зовнішньоторговельної діяльності у доходах Державного бюджету становив у середньому 38,2 %.

Таблиця 2.12

Частка митних платежів у Державному бюджеті України*

Показник	Рік				
	2014	2015	2016	2017	2018
Доходи держбюджету, млрд грн	357,8	534,7	616,3	793,3	928,1
Митні платежі, млрд грн	134,5	201,9	234,7	303,4	369,6
Частка митних платежів у доходах держбюджету %	37,6	37,8	38,1	38,3	39,2

*розроблено автором

Як свідчать дані, найбільша частка митних платежів у доходах держбюджету України припадає на 2018 р. У абсолютному вираженні податки від зовнішньоекономічної діяльності в доходах Державного бюджету України мають тенденцію до збільшення.

На обсяги надходжень митних платежів також вплинуло різке збільшення податкового боргу. Так, у 2015 р. податковий борг із зазначених податків становив 43,1 млн грн, тоді як у 2016 р. вже зріс до 139,1 млн грн або в 3,2 рази більше.

Митницями ДФС забезпечено виконання заходів щодо контролю правильності визначення митної вартості товарів. Сума додаткових надходжень коштів від коригування митної вартості у 2015 р. склала 5,8 млрд грн, що на 1,8 млрд грн, або на 43,1 %, більше показника 2014 р. (4,1 млрд грн). У 2016–2017 рр. надходження від мита зменшились у зв'язку із зниженням обсягу імпорту в Україну та повільними темпами виходу на зовнішні ринки. У цілому за рахунок коригування митної вартості додатково до бюджету України надійшло 4,65 млрд грн, що на 0,43 млрд грн більше ніж 2017 р. [15].

Наступним кроком проаналізуємо рівень фіскальної ефективності митних платежів в розрізі їх складових (табл. 2.13). Коефіцієнт бюджетної ефективності ПДВ у ВВП ілюструє, величину надходжень податку у відсотках до ВВП припадає на 1 % номінальної ставки.

Таблиця 2.13

Показники фіскальної ефективності митних платежів*

Показник	Рік				
	2014	2015	2016	2017	2018
Коефіцієнт бюджетної ефективності ПДВ	0,46	0,45	0,49	0,42	0,52
Питома вага ПДВ ввезених товарів у доходах, %	30,0	26,0	29,4	31,6	31,8
Питома вага акцизного податку ввезених товарів у доходах, %	4,1	7,5	5,3	3,7	7,7
Питома вага мита у доходах, %	3,5	7,5	3,2	2,8	2,9

*розроблено автором

Цей коефіцієнт використовують як діагностичний інструмент для оцінки рівня віддачі національної економіки. Зауважимо, що така оцінка спрацьовує за наявності тільки однієї ставки податку. При розрахунку цього індикатора нами враховувалася основна ставка ПДВ 20 %, тому є певна похибка, оскільки не враховувались нульова ставка та ставка 7 %. Розрахунки коефіцієнту ефективності ПДВ у ВВП демонструють хвилеподібну динаміку: максимальне значення цього коефіцієнту (0,52) спостерігалось у 2018 р., що вказує на підвищення ефективності податку в цьому році. В середньому фіскальна ефективність ПДВ за період, який був досліджений склав 46,8 %, тобто сумарний індикатор ефективності ПДВ є досить значним для національної економіки. Податок на додану вартість з ввезених товарів має достатньо суттєвий вплив на перерозподіл ВВП через бюджет держави.

ПДВ, в сучасних умовах є ефективним видом податків з обігу і обов'язковим елементом податкової системи абсолютної більшості країн з різним рівнем економічного розвитку. В Україні цей податок складає лівову частку загальних податкових надходжень і займає суттєве місце в доходах державного бюджету. Питома вага ПДВ з ввезених товарів у фіскальних доходах держави протягом досліджуваного періоду змінювалася, але не суттєво. Найбільша частка ПДВ з ввезених товарів у доходах держави припадає на 2018 р. – 31,8 %, найменша – на 2015 р. – 26,0 %.

Враховуючи значення ПДВ у доходах бюджету України проведемо аналіз механізму його фіскальної ефективності. Насамперед дослідимо розмір валового податкового розриву, завдяки якому проводиться кількісне оцінювання реальної суми податкових надходжень до бюджету від запланованих надходжень і характеризує ефективність податкового адміністрування (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Оцінка ефективності податкового адміністрування ПДВ*

Показник	Рік				
	2014	2015	2016	2017	2018
Планові надходження ПДВ з ввезених товарів, млрд грн	109,5	139,0	171,2	221,3	300,0
Фактичні надходження ПДВ з ввезених товарів, млрд грн	107,3	138,8	181,5	250,5	295,1
Валовий податковий розрив, млрд грн	-2,2	-0,2	+2,8	+29,2	-4,9
Коефіцієнт збирання ПДВ з ввезених товарів	0,98	0,99	1,06	1,13	0,98

*розроблено автором

Планом на 2018 р. передбачалось отримання ПДВ з ввезених товарів у сумі 300,0 млрд грн, фактично одержано 295,1 млрд грн, що на 4,9 млрд грн менше або на 1,6 % проти плану. Протягом періоду, що досліджувався, спостерігається недоотримання суми ПДВ у 2014–2015 рр., у 2018 р. найбільший податковий розрив (–4,9 млрд грн) зафіксований у 2018 р., а найменший (–0,2 млрд грн) у 2015 р. Високий позитивний (+29,2 млрд грн) валовий податковий розрив спостерігався у 2017 р.

Певна частина валового податкового розриву, як правило відшкодовується, за рахунок діяльності, спрямованої на боротьбу з ухиленням від сплати податків. Причинами недоотримання виступають різні способи недотримання податкового законодавства: помилки при виконанні податкових зобов'язань, як з боку платника, так і фіскальних органів, застосування нульової ставки оподаткування, незаконні схеми відшкодування ПДВ, наявність тіншового сектора економіки тощо. В умовах дефіциту державного бюджету оцінка додаткового розриву дозволяє не тільки кількісно оцінити ефективність адміністрування ПДВ, а й виявити основні загрози для податкової бази і державного бюджету.

Важливим індикатором ефективності податкового адміністрування ПДВ виступає коефіцієнт збирання ПДВ, який дозволяє кількісно виміряти обсяг недотримання податкового законодавства. Чим вищим є значення цього коефіцієнту, тим вищою є ефективність адміністрування цього податку. В ідеалі значення коефіцієнту має дорівнювати 1. За періоди, які були нами проаналізовані, коефіцієнт збирання ПДВ коливався від 0,98 у 2014 р., 2018 р. до 1,13, у 2017 р., тобто середнє значення зафіксовано на рівні 1,03, що свід-

чить про незначний податковий розрив у попередні роки (2014–2015, 2018) та його відсутність у 2016–2017 роках.

Отже, пріоритетними завданнями сучасної фіскальної політики щодо справляння ПДВ є: вироблення оптимального механізму повернення податкового кредиту з ПДВ, ліквідація схем незаконного його відшкодування; чітке визначення принципів та критеріїв надання пільг, перехід до диференційованих ставок податку на додану вартість з метою посилення його регуляторного значення і підвищення фіскальної ефективності.

Ключові зміни в оподаткуванні доданої вартості спостерігаються у 2018 р., які мають вплив на надходження ПДВ, а саме:

- розширено пільгове оподаткування ПДВ операцій з постачання та ввезення на митну територію України медичних виробів;
- звільнено від оподаткування ПДВ операції з ввезення та постачання електрокарів до 31 грудня 2018 р.;
- платникам, які ввозитимуть на митну територію України до 1 січня 2020 р. промислове обладнання для виробничих потреб, надано право на розстрочення на 24 місяці сплати ПДВ з ввезених на територію України товарів.

Акцизний податок займає вагоме місце у формуванні доходів бюджету України. На надходження акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) впливають обсяги імпорту підакцизних товарів, зокрема транспортних засобів і нафтопродуктів, питома вага яких в загальних надходженнях акцизного податку з ввезених товарів становить майже 80 %.

Питома вага акцизного податку із ввезених на митну територію України товарів у структурі Державного бюджету України та у структурі ВВП є індикатором його фіскальної ефективності, зокрема європейська практика засвідчує його середню величину від 1 % у структурі ВВП країни. Питома вага акцизного податку з ввезених товарів у доходах бюджету коливається з максимального значення 7,7 % у 2018 р. до мінімального 3,7 % у 2017 р. Найбільша сума зібраного акцизного податку припадає на 2018 р. – 71,14 млрд грн.

До чинників, які безпосередньо впливають на фіскальну ефективність акцизного податку належать:

- варіювання розміром ставок податку та їх диференціація;
- наявність вилучень з бази оподаткування;
- рівень платоспроможного попиту та його структура;
- величина тіньового обігу підакцизних товарів;
- рівень використання схем мінімізації податкових зобов'язань;

– дієвість процедур державного регулювання виробництва та обігу підакцизних товарів тощо.

Одним з найбільш поширених інструментів регулювання зовнішньоекономічної діяльності є ввізне імпортне мито на товари і продукцію, що імпортується в Україну. Враховуючи те, що імпортне мито є найпопулярнішим способом системи економічного інструментарію регулювання ЗЕД, його частка в структурі митних платежів не є найбільш суттєвою; так, нарахування з податку на додану вартість значно перевищують надходження з мита при ввезенні товарів.

Загалом, обсяги надходжень мита протягом останніх років (2014–2018 рр.) характеризувалися позитивною динамікою. Якщо у 2014 р. до держбюджету України було перераховано 12,4 млрд грн мита, то у 2015 р. – 39,9 млрд грн, що у 3,2 рази більше, ніж у відповідному періоді попереднього року, у 2016 р. – 20,0 млрд грн (на 50,0 % менше ніж у 2015 р.), у 2017 р. – 22,6 млрд грн (на 13,0 % більше ніж у 2016 р.), у 2018 р. 26,56 млрд грн.

Досліджуючи питому вагу надходжень від оподаткування ввізним митом товарів, необхідно зазначити, що у структурі надходжень держбюджету України вони займали досить неоднозначну позицію за період з 2014 по 2018 рр. Зокрема, найвищий показник спостерігався у 2015 р. (7,5 %), а найнижчий у 2017 р. (2,8 %). Починаючи з 2016 р. спостерігається стрімке його зменшення.

Значний вплив на формування доходів бюджету України впливає рівень тіньової економіки. За попередніми розрахунками Мінекономрозвитку рівень тіньової економіки за 2018 р. склав 30 % від офіційного ВВП [14].

Розрахункова база для оподаткування митними платежами формується на основі офіційних статистичних показників і не враховує обсяг тіньової економіки. Очевидно, що потужний сектор тіньової економіки додатково коригує показники ефективності митних платежів в сторону їх погіршення.

Результати проведеного нами аналізу свідчать, що ефективність кожного митного платежу розглядається першочергово в двох аспектах: перший пов'язаний з позитивною тенденцією зростання їх надходжень до бюджету, другий – з низькою питоною вагою у бюджеті та ВВП відповідно аналогічних показників європейських країн, проте в Україні їх частка перспективно на високому рівні, зокрема за рахунок ПДВ.

Потенційними резервами зростання надходжень митних платежів до держбюджету є підвищення рівня організації митного контролю, що на цьому етапі виступає основним чинником збільшення обсягів сплачених до бюджету митних платежів, а також розширення податкової бази за рахунок скорочення переліку митно-тарифних пілг і запровадження експортного мита на вивіз сировинної та низькотехнічної продукції, зокрема на вивіз природних ресурсів. Реорганізація митних і податкових органів спочатку в одне відомство – Міністерство доходів і зборів України, а пізніше в інше – ДФСУ повинно кардинально вплинути на податкову та митну практику, сприяти підвищенню рівня податкового та митного сервісу для платників, а також збільшення наповнення бюджету за рахунок об'єднання зусиль з контролю та мобілізації коштів.

Механізм справляння митних платежів та оцінка організації результативності проведення контролю. Механізм справляння ПДВ, акцизного податку та мита являє собою: визначення об'єкта, бази оподаткування та ставки податку, розрахунку акцизного податку, методів розрахунку податкового зобов'язання та податкового кредиту, порядок розрахунку суми ПДВ, яка підлягає сплаті до бюджету та суми, що підлягає відшкодуванню з бюджету.

Порядок оподаткування операцій з експорту та імпорту ПДВ, встановлює п. 1.2 ст. 1 ПКУ правила оподаткування товарів чи послуг, переміщених через митний кордон України, (крім оподаткування ввизним (імпортним) та вивизним (експортним) митом, яке регулюється Митним кодексом України (МКУ) від 13.03.2012 № 4495–VI (ред. станом на 22.08.2019) та іншими нормативними актами з митної справи [20].

Перелік платників податку на додану вартість встановлено ст. 180 п. 180.1 ПКУ, в тому числі й при здійсненні експортних та імпортних операцій. Так платниками податку є:

- будь-яка особа, що провадить господарську діяльність і реєструється за своїм добровільним рішенням як платник податку у порядку, визначеному ст. 183 розд. V ПКУ. Термін «особа» для цілей розділу V Кодексу визначено в п. 14.1.139 ст. 14 ПК України, згідно з яким особою є будь-яке з наступних осіб: юридична чи фізична особа;

- будь-яка особа, що зареєстрована або підлягає реєстрації як платник податку, перелік яких визначений ст. 183 ПКУ;

- юридична особа, фізична особа, фізична особа-підприємець, яка ввозить товари на митну територію України, що ввозить

товари на митну територію України в обсягах, які підлягають оподаткуванню, та на яку покладається відповідальність за сплату податків у разі переміщення товарів через митний кордон України, відповідно до МКУ, а також особа:

а) на яку покладається дотримання вимог митних режимів, які передбачають повне або часткове умовне звільнення від оподаткування, у разі порушення таких митних режимів, встановлених митним законодавством;

б) яка використовує, у тому числі при ввезенні товарів на митну територію України, податкову пільгу не за цільовим призначенням та/або всупереч умовам чи цілям її надання згідно із МКУ, а також будь-які інші особи, котрі використовують податкову пільгу, яку для них не призначено.

Якщо особа, не зареєстрована як платник ПДВ і ввозить товари на митну територію України в обсягах, які підлягають оподаткуванню за законом, така особа сплачує податок під час митного оформлення товарів без реєстрації як платники такого податку.

Об'єкт оподаткування операції у сфері ЗЕД платників податку залежить від того, яка операція здійснюється – експорт, чи імпорт товарів, послуг.

Відповідно до ст. 4 МКУ ввезення товарів, транспортованих засобів на митну територію України, вивезення товарів, транспортних засобів за межі митної території України – це сукупність дій, пов'язаних із переміщенням товарів, транспортних засобів через митний кордон України у будь-який спосіб у відповідному напрямку [14]. В цьому випадку об'єктом оподаткування є сам факт переміщення товарів через митний кордон України на митну територію України. Визначення митної території України міститься в ст. 9 МКУ [14]. Податок на додану вартість є податком на внутрішнє споживання, а тому будь-який товар (якщо інше не зазначено в законі), що надходить на територію держави обкладається податком в момент допуску до вільного обігу. При цьому платником податку є не власник товару, а особа, яка фактично здійснює операцію з ввезення товару на митну територію України. Митна вартість товару визначається відповідно до ст. 49–66 Митного кодексу України [14].

База оподаткування зазначених операцій визначається за ст. 190 ПКУ [20]:

1. Території вивезення товарів за межі митної України.

Відповідно до ст. 4 МКУ ввезення товарів, транспортованих засобів

на митну територію України, вивезення товарів, транспортних засобів за межі митної території України – це сукупність дій, пов'язаних із переміщенням товарів, транспортних засобів через митний кордон України у будь-який спосіб у відповідному напрямку.

Особливістю зазначеного виду операцій є їх оподаткування за нульовою ставкою (ст. 195), що, з одного боку, відповідає змісту ПДВ, як податку на внутрішнє споживання, а з іншого боку, спрямоване на захист та підтримку вітчизняного експортера. Так, відповідно до пункту 195.1 ст. 195 ПК України, за нульовою ставкою оподатковуються операції з вивезення товарів за межі митної території України – у митному режимі: а) експорту; б) реекспорту, якщо товари поміщені у такий режим відповідно до Митного кодексу України; в) безмитної торгівлі; г) вільної митної зони.

Митний режим експорту визначено ст. 82 МКУ. Відповідно до цієї статті МКУ експорт (остаточне вивезення) – це митний режим, відповідно до якого українські товари випускаються для вільного обігу за межами митної території України без зобов'язань щодо їх зворотного ввезення [14].

Реекспорт, відповідно до ст. 85 Митного кодексу України, – це митний режим, відповідно до якого товари, що були раніше ввезені на митну територію України або на територію вільної митної зони, вивозяться за межі митної території України без сплати ввізного мита та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності [14].

Митний режим безмитної торгівлі визначений у ст. 140 МКУ, згідно із яким безмитна торгівля – це митний режим, відповідно до якого товари, не призначені для вільного обігу на митній території України, знаходяться та реалізуються для вивезення за межі митної території України під митним контролем у пунктах пропуску через державний кордон України, відкритих для міжнародного сполучення, та на повітряних і водних транспортних засобах комерційного призначення, що виконують міжнародні рейси, з умовним звільненням від оподаткування митними платежами, установленними на імпорт та експорт таких товарів, та без застосування до них заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, у т.ч. видів контролю, зазначених у частині першій ст. 319 цього Кодексу.

Відповідно до частини першої ст. 319 МКУ, товари, що переміщуються через митний кордон України, крім митного контролю, можуть підлягати: державному санітарно-епідеміологічному;

ветеринарно-санітарному; фітосанітарному; екологічному та радіологічному контролю [14].

Митний режим вільної митної зони розкритий у ст. 130 МКУ, в силу якої вільна митна зона – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари ввозяться на територію вільної митної зони та вивозяться з цієї території за межі митної території України із звільненням від оподаткування митними платежами та без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а українські товари ввозяться на територію вільної митної зони із оподаткуванням митними платежами та застосуванням заходів нетарифного регулювання;

2. Постачання послуг з міжнародних перевезень пасажирів і багажу та вантажів залізничним, автомобільним, морським і річковим та авіаційним транспортом. В цілях оподаткування ПДВ до операцій з ввезення товарів на митну територію України та вивезення товарів за межі митної території України прирівнюється поміщення товарів у будь-який митний режим, визначений Митним кодексом України. Відповідно до МКУ (ст. 70) запроваджені такі митні режими: 1) імпорт (випуск для вільного обігу); 2) реімпорт; 3) експорт (остаточне вивезення); 4) реекспорт; 5) транзит; 6) тимчасове ввезення; 7) тимчасове вивезення; 8) митний склад; 9) вільна митна зона; 10) безмитна торгівля; 11) переробка на митній території; 12) переробка за межами митної території; 13) знищення або руйнування; 14) відмова на користь держави [14].

Поміщення товарів у митний режим, згідно зі ст. 71 Митного кодексу України, здійснюється шляхом їх декларування та виконання митних формальностей, передбачених цим Кодексом [24]. Ст. 187.1 МКУ встановлює дату виникнення податкових зобов'язань:

– дата відвантаження товарів, а в разі експорту товарів – дата оформлення митної декларації, що засвідчує факт перетинання митного кордону України, оформлена відповідно до вимог митного законодавства, а для послуг – дата оформлення документа, що засвідчує факт постачання послуг платником податку;

– при імпорті (у разі ввезення товарів на митну територію України) датою виникнення податкових зобов'язань є дата подання митної декларації для митного оформлення [20].

Важливою складовою у оподаткуванні ПДВ є правильний розрахунок бази оподаткування. База оподаткування – це оборот у вартісному виразі до якого застосовується ставка для визначення суми ПДВ. Для постачання товарів, ввезених платником на митну

територію України, базою оподаткування є їх договірна вартість, що не може бути нижче митної вартості товарів при їх ввезенні на митну територію України з урахуванням акцизного податку та ввізного мита, за винятком податку на додану вартість, що включаються в ціну товарів/послуг згідно із законом. До складу договірної (контрактної) вартості включаються будь-які суми коштів, вартість матеріальних і нематеріальних активів, які передаються платнику податку безпосередньо покупцем або через будь-яку третю особу у зв'язку з компенсацією вартості товарів (послуг). Що стосується імпорту, то порядок визначення бази оподаткування для товарів, які ввозяться на митну територію України, послуг, котрі поставляються нерезидентами на митній території України, врегульовано у п. 190.1 ст. 190 ПКУ [33].

База оподаткування операцій з постачання товарів, ввезених на митну територію України, визначається, виходячи з їхньої договірної (контрактної) вартості, але не нижче митної вартості товарів, з якої були визначені податки і збори, котрі справляються під час їхнього митного оформлення, з урахуванням акцизного податку та ввізного мита, за винятком податку на додану вартість, що включаються в ціну товарів (послуг) за законом. У разі якщо постачання товарів (послуг) здійснюється за регульованими цінами (тарифами), база оподаткування визначається, виходячи з їх договірної (контрактної) вартості, визначеної за такими цінами (тарифами).

При визначенні бази оподаткування перерахунок іноземної валюти в національну валюту здійснюється за офіційним курсом національної валюти до цієї валюти, встановленим Національним банком України, що діє на день подання митної декларації для митного оформлення, а в разі нарахування суми податкового зобов'язання митним органом у випадках, коли митна декларація не подавалася, – на день визначення податкового зобов'язання.

Особливості визначення бази оподаткування для готової продукції, виготовленої з використанням давальницької сировини нерезидента, у разі її постачання на митній території України, наведено у ст. 191 ПКУ, а саме база оподаткування при митному оформленні давальницької сировини або готової продукції, отриманої українським виконавцем як оплата за постачання послуг з переробки, визначається з урахуванням положень ст. 190 ПКУ [33].

Згідно зі ст. 193 ПКУ, ставки податку встановлюються від бази оподаткування в таких розмірах: основна ставка – 20 % (а з 01.01.2014 р. – 17 %, але на жаль ця норма не діє); 0 % (нульова

ставка) [33]. За нульовою ставкою оподатковуються операції з експорту товарів (супутніх послуг), якщо їх експорт підтверджений митною декларацією, оформленою відповідно до вимог митного законодавства (ст. 195 ПКУ) [33].

ПКУ передбачає два основних звітні періоди (місяць, квартал), основним з яких являється місяць. Вищенаведене узагальнено у структурно-логічній схемі оподаткування ПДВ експортно-імпорتنних операцій (рис. 2.4).

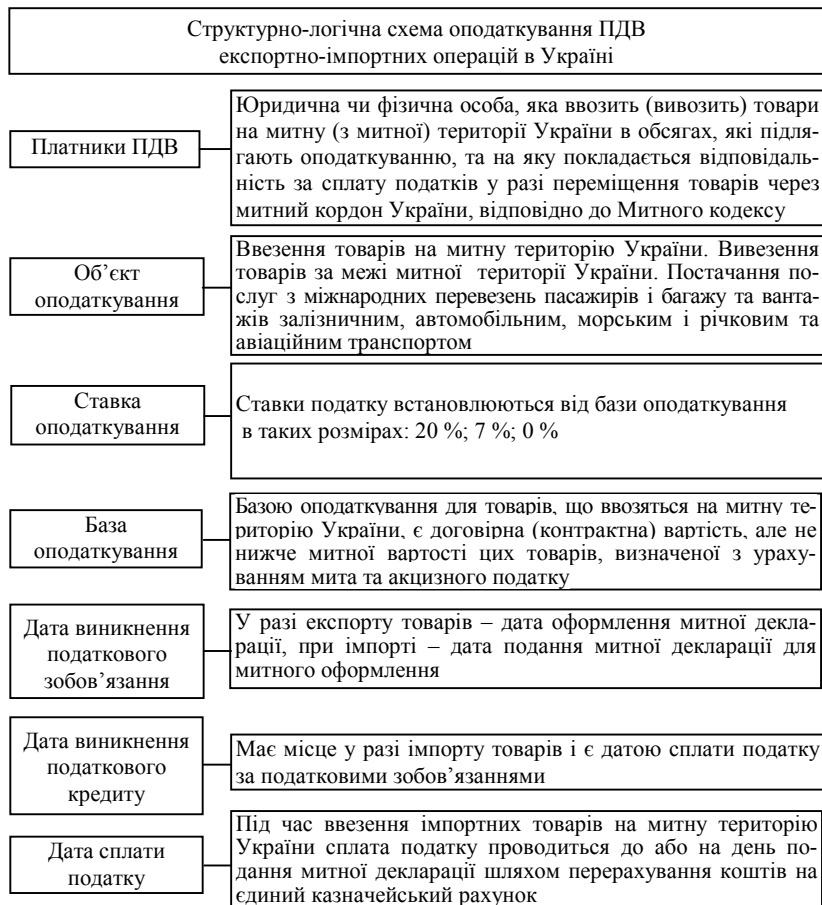


Рис. 2.4. Структурно-логічна схема оподаткування ПДВ експортно-імпорتنних операцій в Україні*

*розроблено автором

Акцизний податок належить до групи непрямих податків на споживання підакцизних товарів (продукції), що включається до ціни таких товарів (продукції). Порядок справляння акцизного податку визначається розділом VI «Акцизний податок» ПКУ [33]. Мета запровадження акцизного податку є збільшення доходів бюджету за рахунок оподаткування високорентабельних товарів не першої необхідності, які споживаються здебільшого населенням з рівнем доходів вище середнього.

На відміну від ПДВ по-перше, акцизним податком оподатковуються тільки товари, і не оподатковуються роботи і послуги; по-друге, об'єктом оподаткування є повна вартість товарів; по-третє, кожна група підакцизних товарів має визначену ставку; по-четверте, акцизний податок сплачується лише один раз (ПДВ на всіх етапах руху товарів).

Статтею 215.1 ПКУ з 01.01.2015 р. визначений перелік підакцизних товарів, а саме: спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво; тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну; нафтопродукти, скраплений газ речовини, що використовуються як компоненти моторних палив, паливо моторне альтернативне; автомобілі легкові, кузови до них, причепа та напівпричепа, мотоцикли, транспортні засоби, призначені для перевезення 10 осіб і більше, транспортні засоби для перевезення вантажів; електрична енергія.

Платниками акцизного податку виступають імпортери підакцизних товарів. Об'єктом оподаткування акцизним податком є реалізація підакцизних товарів (продукції).

Податковим кодексом України встановлений широкий перелік операцій, які не підлягають та звільняються від акцизного оподаткування у т.ч. це стосується і операцій у сфері ЗЕД. Так, не підлягають оподаткуванню операції з вивезення (експорту) під акцизних товарів (продукції) платником податку за межі митної території України. База оподаткування залежить від виду застосовуваної ставки акцизного податку. Передбачено три види податкових ставок: адвалорні, специфічні, адвалорні та специфічні одночасно (змішані).

Адвалорні ставки встановлюються у відсотках до вартості товару. Специфічні ставки встановлюються у грошовому виразі на одиницю товару, представлену у фізичних одиницях виміру (кг, л, м³, шт.). Вони застосовуються до підакцизних товарів (продукції) таких як: спирт етиловий, алкогольні напої, нафтопродукти, скраплений газ, транспортні засоби. Адвалорні та специфічні одночасно

(змішані) встановлюються одночасно за ставками у відсотках до вартості товару та у твердих сумах з одиниці реалізованого товару (продукції). Змішані ставки застосовуються до тютюнових виробів, тютюну та промислових замінників тютюну.

У разі обчислення податку із застосуванням адвалорних ставок по операціях ЗЕД базою оподаткування є вартість товарів (продукції), що ввозяться на митну територію України, за встановленими імпортером максимальними роздрібними цінами на товари (продукцію), які він імпортує, без податку на додану вартість та з урахуванням акцизного податку.

У разі обчислення податку із застосуванням специфічних ставок з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) базою оподаткування є їх величина, визначена в одиницях виміру ваги, об'єму, кількості товару (продукції), об'єму циліндрів двигуна автомобіля або в інших натуральних показниках.

Ставки акцизного податку, визначені в ПКУ, не є постійними, а щорічно переглядаються. Передбачається щорічне внесення КМУ до 01 червня до Верховної Ради України проекту закону про внесення змін до ПКУ щодо абсолютних ставок оподаткування акцизним податком з урахуванням індексів споживчих цін та цін виробників промислових товарів.

Визначення дати виникнення податкових зобов'язань наближено до вимог та залежить від виду операцій, що здійснюються з підакцизними товарами:

- у разі ввезення підакцизних товарів на митну територію України – дата подання митної декларації або дата нарахування податкового зобов'язання митним органом;

- при передачі підакцизних товарів, вироблених з давальницької сировини, – дата їх

- при використанні підакцизних товарів (відвантаження виробником замовнику або за його дорученням іншій особі; продукції) для власних виробничих потреб – дата їх передачі для такого використання.

Сума акцизного податку визначається платником податку самостійно, виходячи з об'єктів оподаткування, бази оподаткування та ставок цього податку. Якщо ставку податку встановлено не у гривнях, а в євро, то до бюджету акцизний податок все рівно сплачується у гривневому еквіваленті.

Стаття 222.2. ПКУ визначає порядок сплати податку з імпортованих на митну територію України підакцизних товарів (про-

дукції). Вона здійснюється при їх митному оформленні разом з іншими податками та зборами. Підставою сплати є подання митної декларації. Акцизний податок з імпортованих (ввезених, пересланих) на митну територію України підакцизних товарів сплачується до бюджету платниками до/або в день митного оформлення цих товарів у валюті України за офіційним валютним (обмінним) курсом, що діє на день подання митної декларації. Суми акцизного податку, що підлягають сплаті з товарів, які ввозяться на митну територію України, визначаються платниками податку самостійно, виходячи з об'єктів оподаткування, бази оподаткування та ставок акцизного податку.

Спеціальною нормою визначено порядок сплати сум акцизного податку при ввезенні алкогольних напоїв та тютюнових виробів на митну територію України. Так, сплата податку здійснюється при придбанні марок акцизного податку, крім випадків, коли алкогольні напої ввозяться без маркування марками акцизного податку. Кодексом дозволено митне оформлення без відповідного маркування марками акцизного податку алкогольних напоїв в автомобільних і залізничних цистернах, а також у баках, бачках та інших ємностях місткістю більше 5 літрів, що ввозяться в Україну з метою продажу. Зазначене узагальнено у структурно-логічній схемі, яка наочно демонструє порядок справляння акцизного податку в Україні (див. рис. 2.5).

Отже, дослідивши економічну природу та механізм справляння акцизів можна виокремити відмінні риси між ПДВ та акцизним податком. По-перше, на відміну від ПДВ, який має стабільну, не диференційовану ставку, акцизний податок – диференційований за окремими групами товарів; по-друге, різний об'єкт оподаткування: ПДВ – це товари (роботи, послуги), акцизному оподаткуванню підлягають тільки товари; по-третє, відмінність є за порядком сплати: ПДВ сплачується на всіх етапах руху товару чи послуг, акцизний податок – один раз імпортером; по-четверте, ПДВ вважається більш регресивним так, як основний тягар розподіляється між усіма верствами населення, а акцизний податок – менш регресивний і встановлюється для товарів, які споживаються більш заможним населенням.

Товари та інші предмети, які ввозяться на митну територію України і вивозяться за межі цієї території, підлягають обкладенню митом. Мито належить до складу непрямих податків і виступає різновидом митних платежів, який собою податок на товари та інші предмети, які переміщуються через митний кордон України.



Рис. 2.5. Структурно-логічна схема оподаткування акцизним податком імпортерних операцій в Україні*
* розроблено автором

Відповідно до ПКУ мито належить до загальнодержавних податків і зборів, а відповідно до ст. 6 Закону № 2371 мито, що стягується митницею, являє собою податок на товари та інші предмети, що переміщуються через митний кордон України.

Метою справляння мита є, перш за все, захист внутрішнього товаровиробника від конкуренції з імпортованими товарами, шляхом збільшення їхньої вартості. Звідси, мито виступає інструментом державного регулювання зовнішньої торгівлі, тоді як інші непрямі податки використовуються переважно з метою внесення до бюджету максимально можливих надходжень. Водночас мита задовольняють і фіскальні потреби держави, складаючи одне з найстабільніших джерел доходів, так як вносяться до доходів державного

бюджету України. Таким чином, окрім зазначених основних функцій як фіскальної, економічної (захисту вітчизняних товарів від конкуренції з імпортними) і політичної, мито виконує стимулюючу функцію, яка формує передумови інтересу до збільшення експорту. Економічно розвинені країни орієнтовані насамперед на регулювання імпортних надходжень, тоді як експорт товарів, вироблених у країні не обмежується, оскільки такі процеси сприяють розвитку економіки.

Мито має багато спільних рис з непрямими податками, передусім, з таким непрямим податком як акцизний податок: мито як і акциз, сплачується в кінцевому підсумку за рахунок споживача; збільшує ціну товару на стадії формування ціни реалізації; контроль за правильністю сплати як акцизу із ввезених на митну територію України товарів так і мита (ввізного, вивізного) здійснюється митними органами [18].

Платниками мита є юридичні та фізичні особи, як резиденти, так і нерезиденти, що здійснюють переміщення товарів через митний кордон України [3]. Об'єктом оподаткування митом є операції платників з ввезення товарів на митну територію України та вивезення товарів за межі митної території України [3]. Особливості встановлення та розрахунку ввізного мита та податку на додану вартість завжди були для нашої країни одним з найважливіших складових зовнішньоекономічної взаємодії з іншими країнами.

Розглянемо більш докладно порядок нарахування та сплати ввізного та вивізного мита. Щодо ввізного мита, то перш ніж потрапити на український ринок, імпортні товари проходять через державну митницю. За чинним законодавством імпортер сплачує ввізне мито, податок на додану вартість та акциз, що в свою чергу призводить до збільшення ціни на імпортовану продукцію.

Ввізне мито виникає при здійсненні митного оформлення товарів, що ввозяться за митною декларацією (МД) на митну територію України, з урахуванням винятків, які передбачені законодавством. Відповідно до закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність», в якому зазначено, що ввізне мито є диференційованим, тобто мито нараховується за різними ставками певних товарів (преференційна, пільгова, повна).

Мито за преференційною ставкою встановлюється до товарів та інших предметів, що:

– походять з держав, які входять разом з Україною до митних союзів або утворюють з нею спеціальні митні зони, і в разі встановлення будь-якого спеціального преференційного митного

режиму згідно з міжнародними договорами за участю України, застосовуються преференційні ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України [3];

– походять з країн або економічних союзів, які користуються в Україні режимом найбільшого сприяння, котрий означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності цих країн або союзів мають пільги щодо мит, за винятком випадків, коли зазначені мита та пільги щодо них встановлюються в рамках спеціального преференційного митного режиму, застосовуються пільгові ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України [4];

– до решти товарів та інших предметів застосовуються повні (загальні) ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України.

Пільгова ставка мита застосовується до товарів та інших предметів, що походять з:

– держав, які входять разом з Україною до митних союзів або утворюють з нею спеціальні митні зони, і в разі встановлення будь-якого спеціального преференційного митного режиму згідно з міжнародними договорами за участю України, застосовуються преференційні ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України [2];

– країн або економічних союзів, які користуються в Україні режимом найбільшого сприяння, котрий означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності цих країн або союзів мають пільги щодо мит, за винятком випадків, коли зазначені мита та пільги щодо них встановлюються в рамках спеціального преференційного митного режиму, застосовуються пільгові ставки ввізного мита, передбачені Єдиним митним тарифом України;

– України, застосовуються пільгові ставки ввізного мита, визначені Митним тарифом України [3].

Повна (загальна) ставка мита застосовується до товарів, на які не встановлені пільгові ставки мита.

Відповідно до вимог Закону під час нарахування імпортованого мита його ставка може визначатися: у відсотках до митної вартості товарів (наприклад 5 % від митної вартості); у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів; у розмірі, що поєднує обидва зазначені види митного оподаткування.

В Україні встановлені такі види мита: адвалорне (нараховується у відсотках до митної вартості товарів та інших предметів); специфічне (нараховується у встановленому грошовому розмірі на

одиницю товарів та інших предметів); комбіноване (об'єднує обидва види митного оподаткування). Стягується ввізне і вивізне мито на загальних підставах: за ставками Митного тарифу України [6].

Ввізне мито є диференційоване і стягується при здійсненні митного оформлення товарів, які ввозяться за ВМД на митну територію України, за винятком випадків, передбачених законодавством. У кінцевому підсумку реальними платниками мита на імпорт (ввізне мито) є споживачі товарів, що імпортуються. Однак під час перетину митного кордону мито сплачує суб'єкт господарювання за рахунок своїх оборотних коштів, що, зрозуміло, впливає на його фінансовий стан. На період від сплати ввізного мита до реалізації споживачам товарів, що імпортуються, відбувається відволікання (імобілізація) оборотних коштів імпортерів. На фінансову діяльність імпортерів – суб'єктів господарювання будуть справляти вплив: визначення об'єкта оподаткування, розмір ставок податку, податкові пільги, терміни сплати ввізного мита.

Нарахування ввізного мита може здійснюватися:

– за адвалорними ставками:

$$C_{ма} = \frac{B \cdot M_a}{100}, \quad (2.1)$$

– де $C_{ма}$ – сума ввізного мита; B – митна вартість товару, грн; M_a – ставка ввізного мита, встановлена у відсотках до митної вартості.

Митна вартість визначається відповідно до МКУ і при її розрахунку застосовуються офіційні курси іноземних валют, встановлені НБУ на день подання ВМД до митного оформлення;

– за ставками в євро за одиницю товару:

$$C_{мс} = H \cdot MC \cdot KE, \quad (2.2)$$

де $C_{мс}$ – сума ввізного мита; H – кількісна або фізична характеристика товару в натуральному вираженні; MC – ставка ввізного мита в євро за одиницю товару; KE – курс євро, встановлений НБУ на дату прийняття митної декларації.

Обкладання товарів ввізним митом за комбінованими ставками здійснюється в три етапи:

- 1) обчислюється сума мита за адвалорною ставкою;
- 2) обчислюється сума мита за специфічною ставкою в євро за одиницю товару;
- 3) для визначення суми ввізного мита, що підлягає сплаті, використовується, як правило, найбільша величина.

При імпорті товарів можуть бути використані особливі види мит – антидемпінгове, спеціальне та компенсаційне. Їх застосовують незалежно від інших видів мита на умовах, визначених чинним законодавством [9].

Експортне мито нараховується на товари, які реалізуються закордонним суб'єктам господарської діяльності і вивозяться за межі митної території країни застосування. Оскільки експортне мито – вартісна категорія, то в аналізі його застосування можна використовувати методіку, запропоновану у дослідженні мита загалом, тобто критерієм домінування певної функції є співвідношення між національними та світовими цінами на конкретний товар. Товари експортуються, коли співвідношення між цінами сприятливі на користь ціни національного виробника. Якщо ставка експортного мита більша за різницю між цінами, то мито виконує протекціоністську функцію. Якщо рівень експортного мита базується на різниці між національними цінами та світовими, то домінантою є фіскальний ефект. У разі ж, коли ставка вивізного мита є незначною порівняно з наявною різницею між цінами то використовується такий захід як регулятор експортних операцій.

Існує декілька причин застосування експортного мита з метою захисту національного ринку. Введення митного тарифу на експорт вважають доцільним у тому разі, коли ціна на певний товар перебуває під адміністративним контролем держави й утримується на рівень нижче за світову шляхом виплати субсидій виробникам. У цьому випадку обмеження експорту розглядається державою як необхідний захід для підтримання достатньої пропозиції на внутрішньому ринку і запобігання надлишковому експорту товарів, які субсидуються.

У деяких країнах експортне мито встановлюється на певний строк, як правило, при дефіциті сировини в країні. У такий спосіб створюється перешкода для вивезення сировини на зовнішній ринок, оскільки при експорті висока ціна сировини впливає на її конкурентоспроможність. Отже, внутрішній виробник отримує додаткову вигоду не тільки за рахунок збільшення можливостей отримання сировини, але й за рахунок певної стабілізації цін на внутрішньому ринку через неможливість здійснення експортних операцій.

Безперечно, держава може бути зацікавлена у встановленні експортного тарифу з огляду на необхідність збільшення доходної частини державного бюджету, тобто у виконанні експортним митом фіскальної функції.

Якщо країна, що експортує товар, має на світовому ринку монопольне право на встановлення цін на цей товар, то вона може використовувати вивізне мито у своїх інтересах. При цьому розмір оптимального експортного мита буде прямо пропорційний до кількості країн-імпортерів, які залежать від імпортних поставок даного товару на національний ринок. Оподаткування експорту часто залежить від монопольного становища країни з певного товару, що змушує інші країни переплачувати за імпортні товари.

Ступінь ефективності застосування такої моделі зовнішньоторговельної політики залежить від обґрунтування оптимального рівня експортного мита. У цьому разі дохід від зростання світових цін на експортні товари має перекривати чисті внутрішні втрати, які виникають унаслідок введення експортного мита. Торговельно-політична роль експортного мита полягає в тому, що за його допомогою країна може впливати не тільки на економічні відносини, але й на політичну ситуацію.

Водночас необхідно зауважити, що експортний тариф використовують в основному країни, які розвиваються, і країни з перехідною економікою. Промислово розвинуті країни використовують його рідко, а в деяких державах світу оподаткування експорту аборонено Конституцією, як основним законодавчим актом (Аргентина, США). Тому акцент у даних випадках зміщується в бік використання нетарифних методів регулювання (ліцензії, квоти, контингенти). Чим вище митний бар'єр на шляху експортного товару, тим складніше виробникам забезпечити відповідний рівень прибутків від експортної операції. Ставка мита, яка перевищує розмір прибутку від майбутньої операції, може взагалі гальмувати експорт товарів. Тому при оцінюванні рівня експортного мита його ставка обов'язково має порівнюватись з оцінкою прибутків, які можна отримати від зовнішньоторговельних операцій [4]. Таке зіставлення є об'єктивним критерієм для відповіді на запитання: високою чи низькою є ставка експортного мита.

Вивізне мито нараховується за ставками, передбаченими Єдиним митним тарифом України. Відповідно зазначені ставки вивізного (експортного) мита єдині для всіх осіб, які переміщують товари через митний кордон України, незалежно від видів зовнішньоторговельних угод, за винятком випадків, передбачених законодавством України про оподаткування, та міжнародними договорами України.

Об'єктом оподаткування є митна вартість товару, яка фактично сплачена або підлягає сплаті за товар на момент перетину митного кордону України. При цьому до митної вартості включається ціна товару, зазначена в рахунку-фактурі, а також витрати на транспортування, навантаження, розвантаження, перевантаження та страхування до пункту перетину митного кордону України, комісійні та брокерські, плата за використання об'єктів інтелектуальної власності, що належить до даних товарів і яка повинна бути оплачена експортером як умова їх вивезення. Вивізне мито нараховується митним органом і вноситься до державного бюджету України. При визначенні митної вартості і сплаті мита іноземна валюта перераховується у валюту України за курсом НБУ, який застосовується для розрахунків по зовнішньоекономічним операціях і діє на день подання митної декларації. Сума вивізного мита може обчислюватись за двома видами ставок: у відсотках до митної вартості товарів і у твердих сумах з одиниці товару.

В Україні діють державні органи, які наділені правами щодо контролю за оподаткуванням, дотриманням суб'єктами ЗЕД строків розрахунків у сфері ЗЕД, вимог валютного законодавства. Крім того з метою недопущення нанесення економічних збитків державі застосовуються обмеження щодо здійснення ЗЕД тим суб'єктам, які вже порушили законодавство у цих сферах. Контроль за валютними операціями, який насамперед полягає в налагодженні постійно діючого контролю за діяльністю суб'єктів ЗЕД і виконанні ними вимог валютного законодавства, рухом валютних потоків та забезпеченням оперативного реагування на виявлені факти порушень, покладено на органи ДФСУ.

Відповідно до Положення, яке затверджене КМУ «Про Державну фіскальну службу України» від 21.05.2014 № 236 основним завданням ДФСУ є реалізація державної податкової політики та політики у сфері державної митної справи, державної політики у сфері боротьби з правопорушеннями під час застосування податкового, митного законодавства, здійснення в межах повноважень, передбачених законом, контролю за надходженням до бюджетів та державних цільових фондів податків і зборів, митних та інших платежів та державної політики у сфері контролю за своєчасністю здійснення розрахунків в іноземній валюті в установленій законом строк, дотриманням порядку проведення готівкових розрахунків за товари (послуги), а також за наявністю ліцензій на провадження видів гос-

подарської діяльності, що підлягають ліцензуванню відповідно до закону, торгових патентів [21].

Дослідження та аналіз ефективності виконання повноважень державними органами щодо забезпечення контролю за додержанням суб'єктами ЗЕД вимог податкового і валютного законодавства є необхідними для оцінки ефективності існуючого податкового й валютного контролю та забезпечення повернення надходжень валютних коштів в Україну. Відповідно до ПКУ органи ДФС мають право проводити камеральні, документальні (планові або позапланові; виїзні або невиїзні) та фактичні перевірки.

Правила оподаткування товарів, що переміщуються через митний кордон України, визначаються ПКУ, крім правил оподаткування товарів митом, які встановлюються МКУ та іншими законами з питань митної справи (п. 1.2 ст. 1 ПКУ) [20] (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Аналіз надходження митних платежів в Україні*

Показник	Рік			Темп зростання, %
	2016	2017	2018	
Митні платежі разом, млрд грн, у т.ч.:	235,3	303,8	369,65	121,7
– акцизний податок, млрд грн	32,9	29,7	47,71	160,6
– ПДВ з ввезених товарів, млрд грн	181,5	250,5	295,1	117,8
– ввізне мито, млрд грн	20,0	22,6	26,56	117,5
– вивізне мито, млрд грн	0,37	0,644	0,516	80,0
– єдиний збір, який справляється у пунктах пропуску через державний кордон України, млрд грн	0,35	0,43	0,92	213,95
– плата за виконання митних формальностей органами доходів і зборів поза місцем розташування цих органів або поза робочим часом, млрд грн	0,065	0,07	0,075	107,1

*розроблено автором за [15, 16]

Згідно офіційної статистики до загального фонду державного бюджету України у 2018 р. надійшло митних платежів на суму 369,65 млрд грн або на 29,1 % більше проти 2017 р. Приріст надходжень забезпечено з податку на додану вартість з ввезених на територію України товарів на 29,1 % або на 68,5 млрд грн, ввізного мита на 13,05 або на 2,6 млрд грн, вивізного мита на 74,1 %, або на 188 млн грн. Щодо акцизного податку з ввезених на митну тери-

торію України підакцизних товарів, то тут спостерігається зниження показника на 9,7 %, або на 3,2 млрд грн. На зростання надходжень митних платежів до державного бюджету у 2017 р. вплинуло більш швидке фактичне зростання імпорту.

Планування та прогнозування надходжень митних платежів до державного бюджету, яке здійснювалось Міністерством фінансів України протягом 2016–2017 рр., було недостатньо обґрунтованим. Як наслідок, планові показники надходжень цих податків суттєво відрізнялися від його фактичних надходжень, що не сприяло збалансованості дохідної і видаткової частини державного бюджету. За всіма складовими митних платежів спостерігається значне перевищення фактичних даних над індикативними показниками. Особливо спостерігається значне перевищення по ПДВ з ввезених на митну територію України товарів (113,2 %) та по ввізному миту (140,2 %).

Таким чином, при підготовці прогнозних показників у частині митних платежів МФУ не забезпечено об'єктивного аналізу бази оподаткування митними платежами та чинників, які впливають на неї. При цьому додаткові надходження митних платежів забезпечено за рахунок підвищення ставок податків за окремими групами товарів, знецінення національної валюти, збільшення обсягів зовнішньої торгівлі у 2017 р.

Зважаючи на значимість перелічених вище податків у доходах бюджету України доречно дати оцінку організації проведення документальних перевірок суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, стану надходжень до державного бюджету пені та штрафів, застосованих за вчинені порушення. Змінами, внесеними до ПКУ Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу щодо покращення інвестиційного клімату в Україні» від 21.12.2016 № 1797, у частині впорядкування механізму проведення перевірок і звірок платників податків, зокрема:

- передбачено здійснення контрольно-перевірочної роботи на обласному рівні, районні податкові інспекції виконують виключно сервісні функції;

- передбачено, що рішення про проведення документальної планової, позапланової та фактичної перевірки може прийматись не тільки керівником органу ДФС, а також його заступником або уповноваженою особою;

- запроваджено оприлюднення план-графіка проведення документальних перевірок на офіційному вебсайті ДФС до 25 грудня, що передує року, в якому будуть проводитися такі документальні

планові перевірки, уточнено порядок дій посадових осіб контролюючих органів у разі недопущення їх до проведення такої перевірки;

– переглянуто підстави для проведення позапланової документальної перевірки; збільшено термін вручення акта (довідки) документальної невиїзної перевірки; уточнено порядок подання та розгляду заперечень до актів (довідок) перевірок і порядок обрахунку строків для надання заперечення на акт (довідку) про результати перевірки та копій документів до нього;

– внесено зміни до порядку проведення зустрічних звірок, а також надання платниками податків пояснень на запит контролюючого органу тощо.

Звідси, документальні перевірки дотримання вимог законодавства України з питань державної митної справи, у тому числі своєчасності, достовірності, повноти нарахування та сплати митних платежів, здійснюється підрозділами аудиту головних управлінь ДФС в областях та м. Києві. Відбір платників податків для включення їх до план-графіків, у тому числі і суб'єктів ЗЕД, здійснюється відповідно до наказу МФУ від 02.06.2015 № 524 «Про затвердження Порядку формування план-графіка проведення документальних планових перевірок платників податків». На підставі Звіту ДФС України проведемо аналіз результативності контрольно-перевірочної роботи підрозділів ДФС з питань дотримання митної справи (табл. 2.16).

Кількість проведених документальних перевірок у 2016 р. порівняно з 2015 р. зменшилася на 80 од. Питома вага планових перевірок становить 15,8 %, позапланових – 4,2 %, невиїзних – 80,0 %. У середньому за два роки 97,4 % документальних перевірок є результативними (тобто виявлено порушення чинного законодавства), хоча по кількості спостерігається їх зменшення з 429 у 2015 р. до 352 перевірки у 2016 р.

Загальна сума донарахованих грошових зобов'язань з митних платежів унаслідок порушення суб'єктами ЗЕД митного законодавства у 2016 р. становила 807,5 млн грн, з них узгоджено податкових зобов'язань на 80,3 млн грн (9,9 %), з яких забезпечено надходження до державного бюджету на загальну суму 20,3 млн грн (25,3 % донарахованих сум грошових зобов'язань з митних платежів за результатами перевірок 2016 р. суб'єктів ЗЕД). Крім того, проведемо аналіз результатів документальних перевірок дотримання юридичними та фізичними особами законодавства з питань державної митної справи протягом дослідженого періоду в розрізі головного управління ДФС у Хмельницькій обл. (табл. 2.17).

Таблиця 2.16

**Аналіз результативності контрольно-перевірочної роботи
підрозділів ДФСУ з питань дотримання митної справи***

Показник	Рік		Абсолютне відхилення
	2015	2016	
1. Кількість проведених документальних перевірок, у т.ч.:	441	361	-80
– планових	84	57	-27
– позапланових	17	15	-2
– невізних	340	289	-51
2. Кількість результативних перевірок	429	352	-77
3. Питома вага результативних перевірок, %	97,3	97,5	+0,2
4. Сума донарахованих грошових зобов'язань, млн грн, у т. ч.:	126,4	807,5	+681,1
– за плановими перевірками, млн грн	8,0	4,6	-3,4
– за позаплановими перевірками, млн грн	22,2	658,4	+636,2
– за невізними перевірками, млн грн	96,2	144,5	+48,3
5. Узгоджено донарахованих грошових зобов'язань, млн грн., у т.ч.:	32,4	80,3	+47,9
– за плановими перевірками, млн грн	3,0	3,8	+0,8
– за позаплановими перевірками, млн грн	1,6	1,6	–
– за невізними перевірками, млн грн	27,8	74,9	+47,1
6. Надійшло за результатами документальних перевірок, млн грн, у т.ч.:	22,2	20,3	-1,9
7. Питома вага погашення узгоджених сум, %	66,7	25,3	-41,4

*розроблено автором за [17]

Таблиця 2.17

**Аналіз результатів контрольно-перевірочної роботи
головного управління ДФС у Хмельницькій обл.
з питань дотримання митної справи***

Показник	Рік		Абсолютне відхилення
	2015	2016	
1. Кількість проведених документальних перевірок	45	5	-40
2. Сума донарахованих грошових зобов'язань, млн грн	1,4	0,2	-1,2
3. Узгоджено донарахованих грошових зобов'язань, млн грн	1,0	0,1	-0,9
4. Надійшло за результатами документальних перевірок, млн грн	0,1	0,07	-0,03
5. Надійшло штрафів та пені, млн грн	0	0,03	+0,03

*розроблено автором за [17]

Питома вага документальних перевірок ДФС у Хмельницькій обл. з питань дотримання митної справи у загальній кількості перевірок по Україні у 2016 р. склала 1,4 %, в той час коли у 2015 р. вони становили 10,2 %.

Загальна кількість документальних перевірок скоротилася на 40 од. з 45 у 2015 р. до 5 у 2016 р. Причому сума donарахованих грошових зобов'язань також зменшилася на 1,2 млн грн. Платниками сфери ЗЕД узгоджено donарахованих податкових зобов'язань на 50 %, решта 50 % вважаються не узгодженими і оскаржуються у судовому порядку. З узгодженої суми donарахованих податкових зобов'язань сплачено до бюджету лише 70 тис. грн за порушення норм податкового законодавства до бюджету сплачено 30 тис. грн штрафних і фінансових санкцій.

У 2015–2016 рр. найпоширенішими порушеннями, встановленими органами ДФС під час документальних перевірок, були неправильне визначення митної вартості товарів, що ввозились на митну територію України; порушення вимог класифікації товарів згідно з УКТ ЗЕД; неправомірне застосування пільг; порушення вимог митних режимів. Окремі перевірки підлягають суб'єкти ЗЕД відносно дотримання валютного законодавства й оподаткування, результати аналізу наведено у таблиці 2.18.

Кількість планових та позапланових перевірок у 2017 р. порівняно з 2016 р. зросла на 251 од. Таке зростання обумовлене збільшенням кількості позапланових перевірок суб'єктів ЗЕД. Позапланові перевірки суб'єктів ЗЕД у 2017 р. становили 73,6 % загальної кількості перевірок суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Частка від загальної кількості суб'єктів ЗЕД зменшилася на 0,7 %, що обумовлено ліквідацією підприємств, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю.

Сума donарахованих штрафних і фінансових санкцій зросла більше, ніж на 50 % або на 1499,7 млн грн. Сума нарахованої пені за порушення строків розрахунків у сфері ЗЕД склала 706 млн грн, що становить 47,1 % загальної суми нарахованих штрафних санкцій. Однак платниками податків узгоджена лише частина (46 %) нарахованих штрафних та фінансових санкцій, решта сум підлягають оскарженню щодо рішень органів ДФС відносно результатів перевіркової роботи. Процес оскарження рішення контролюючого органу є тривалим. Із donарахованих і узгоджених сум штрафних санкцій 29,4 % були сплачені.

Таблиця 2.18

**Аналіз проведення перевірок ДФСУ юридичних осіб
з питань дотримання валютного законодавства й оподаткування
у сфері ЗЕД та їх результативність***

Показник	Рік		Зміна показника
	2016	2017	
1. Проведено перевірок (планових, позапланових)	7125	7376	+251
2. Частка від загальної кількості суб'єктів ЗЕД, %	16,7	16,0	-0,7
3 Сума донарахованих штрафних та фінансових санкцій, млн грн, у т.ч.:	2779,9	4279,6	+1499,7
– пені за порушення строків розрахунків у сфері ЗЕД, млн грн	2190,5	2896,0	+706,0
– податку на прибуток іноземних юридичних осіб, млн грн	589,4	1383,6	+794,2
4. Узгоджено (пред'явлено до сплати) нарахованих сум всього, млн грн, у т.ч.:	1013,6	1521,6	+508,0
– пені за порушення строків розрахунків у сфері ЗЕД, млн грн	987,2	1332,0	+344,8
– податку на прибуток іноземних юридичних осіб, млн грн	26,4	189,6	+163,2
5. Середній відсоток узгодженості за актами перевірок відповідного року	39,0	46,0	+7,0
6. Сплачено за результатами контрольно-перевірочної роботи, млн грн, у т.ч.:	387,4	448,0	+60,6
– пені за порушення строків розрахунків у сфері ЗЕД, млн грн	364,8	259,0	-105,8
– податку на прибуток іноземних юридичних осіб, млн грн	22,6	189,0	+166,4

*розроблено автором за [15, 17]

Сплата донарахованих сум за результатами контрольно-перевірочної роботи у 2017 р. зросла на 60,6 млн грн, що на 15,6 % більше, ніж у 2016 р. Якщо розглядати у розрізі донарахувань, то сума пені за порушення строків розрахунків у сфері ЗЕД зменшилася на 105,8 млн грн.

Таким чином, аналіз проведених територіальними органами ДФС документальних перевірок з питань дотримання встановлених законом строків здійснення розрахунків у сфері ЗЕД та вимог валютного законодавства засвідчив, що кожна п'ята планова перевірка, а також 90 % позапланових перевірок суб'єктів ЗЕД були результативними (встановлені порушення). Проте рівень узгодження нарахованих пені і штрафів за вчинені порушення становив

лише 46 %, а рівень сплати до державного бюджету узгоджених сум – 29,4 %. Як наслідок, недонадходження до державного бюджету протягом 2016–2017 рр. узгоджених сум пені та штрафів за вчинені порушення становило 1699,8 млн грн.

З метою покращення справляння митних платежів необхідно запровадити єдиний фінансовий рахунок для сплати митних платежів. Нормами чинного законодавства передбачено, що митні платежі, які підлягають сплаті при митному оформленні, мають бути перераховані на рахунок митниці до моменту подання митної декларації. У зв'язку цим суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності повинен перерахувати на рахунок відповідної митниці необхідні кошти, які можуть бути невикористані в повному обсязі, що приводить до несвоєчасного їх повернення, а також через наявність різних казначейських рахунків у кожній митниці.

Згідно з п. 1 р. III наказу Мінфіну України від 18.07.2017 р. № 643 «Про затвердження Порядку повернення авансових платежів (передоплати) і помилково та/або надміру сплачених сум митних платежів» [37] повернення з держбюджету помилково та/або надміру сплаченої суми митних, інших платежів та пені здійснюється за заявою та низкою оформлених документів платника податків протягом 1095 днів від дня її виникнення, що обумовлено тривалою процедурою розгляду. Крім того сучасні можливості автоматизованої системи митного оформлення створюють сприятливі умови для ведення бізнесу підприємствами. Тому, з метою спрощення адміністрування податків і зборів, у т.ч. митних платежів, у Плані пріоритетних дій КМУ визначив запровадження системи сплати податків та зборів на єдиний авансовий рахунок, який сприятиме спрощенню сплати платниками митних платежів; зменшенню кількості помилково та/або надміру сплачених грошових зобов'язань платником; підвищенню рівня відкритості, прозорості та довіри платників податків до державних органів [32].

У економічній літературі обмежено розглядаються питання запровадження єдиного авансового рахунку для сплати митних платежів. У виданнях міститься лише поверхневий огляд нормативної бази, щодо запровадження єдиного авансового рахунку, коментарі фахівців органів ДФСУ та митниць ДФСУ.

КМУ своїм розпорядженням від 08.02.2017 р. № 142-р схвалив «Стратегію реформування системи управління державними фінансами на 2017–2020 роки», у другому розділі якої передбачаються заходи щодо побудови сучасної справедливої податкової

системи, яка забезпечить рівність усіх платників податків перед законом та досягнення стратегічних цілей сталого економічного розвитку [43]. З метою реалізації стратегічного напрямку відносно ефективного адміністрування митних платежів можна виокремити три основні цілі:

- спрощення адміністрування митних платежів;
- розширення бази оподаткування через обмеження можливостей уникнення від оподаткування;
- вдосконалення і централізація процедур адміністрування митних платежів.

Щодо першої цілі, то виконання плану інституційних змін діяльності ДФСУ, розробленого з урахуванням рекомендацій МВФ, забезпечить відновлення довіри суспільства до ДФСУ, підвищення ефективності її роботи та зниження адміністративного тиску на платників податків суб'єктів ЗЕД з боку контролюючих органів. Ризикоорієнтована система податкового контролю буде удосконалена шляхом проведення перевірок діяльності суб'єктів господарювання, щодо яких існують найбільші ризики зловживань. Для зменшення витрат часу та коштів платників податків на нарахування та сплату податків будуть розширені можливості безперешкодного дистанційного звітування та сплати податків через електронні сервіси та єдиний рахунок, ДФСУ буде забезпечено надання необхідних ІТ-сервісів для громадян та бізнесових структур, а також опублікування необхідної технічної інформації для розробників програмного забезпечення.

Метою другої цілі є розширення бази оподаткування. Для забезпечення рівних умов конкуренції Мінфіном будуть розроблені плани заходів для протидії стратегіям та практикам розмивання бази оподаткування та виведення прибутків з-під оподаткування (BEPS) відповідно до рекомендацій Організації економічного співробітництва та розвитку, зокрема переглянуті умови угод про уникнення подвійного оподаткування, оподаткування платників податку, які беруть участь у контрольованих операціях, операціях з пов'язаними особами-нерезидентами, які зареєстровані в юрисдикціях з низьким рівнем оподаткування. Буде посилено податковий контроль за трансфертним ціноутворенням, у тому числі шляхом запровадження деталізованої звітності для міжнародних груп компаній (подання спеціального звіту у розрізі країн). Запобігання зловживанням спрощеною системою оподаткування буде забезпечено шляхом перегляду умов її застосування щодо категорій осіб, видів

діяльності, обсягу доходу та ставок податку. Більше уваги буде приділено введенню непрямих методів контролю за доходами громадян та розширенню бази майнового оподаткування.

Для спрощення процесу адміністрування митних платежів та уникнення «заморожування» обігових коштів суб'єктів господарювання буде запроваджено єдиний рахунок для адміністрування митних платежів. Міністерством фінансів України планується удосконалити методику прогнозування надходжень митних платежів для підвищення якості індикативних показників. З метою запобігання незаконному ввезенню товарів без сплати податків у повному обсязі буде створено систему контролю за введенням в обіг товарів, у тому числі розширене використання реєстраторів розрахункових операцій та підвищення ефективності постмитного контролю. Також будуть визначені механізми обміну інформацією між Україною та суміжними країнами про кількість та вартість товарів, що переміщуються через митний кордон України, удосконалені процеси управління ризиками під час здійснення контролю за митною вартістю товарів. Запровадження автоматизованих митних процедур передбачатиме аудит процесів, обладнання та програмного забезпечення, інтеграцію інформаційних систем у міжнародну систему транзиту і систему аналізу та управління ризиками. Модернізована ІТ-архітектура забезпечить інтеграцію митних і податкових баз даних [43].

Відтак, планується запровадження системи сплати митних платежів на єдиний рахунок. Ефективне впровадження зазначених запланованих цілей дозволить, зокрема, і реалізувати наступний напрям – добровільну сплату митних платежів. Ще у 2012 р. ДФСУ на своєму офіційному порталі опублікувала інформацію про застосування систему сплати податків провідними Європейськими країнами. У таких Європейських країнах як Швеція, Данія, Велика Британія застосовується найбільш ефективна, прозора та проста системи сплати податків – Єдиний рахунок. Ця система дозволяє платнику податків одним платіжним дорученням сплатити грошові зобов'язання по всіх податках та зборах, обов'язкових йому до сплати, та стовідсотково запобігає помилок при перерахуванні коштів. При цьому податкова служба має реальну картину про стан розрахунків платників податків з бюджетами, а саме – ситуація, коли у одного платника податків одночасно по одному податку обліковується переплата, а по іншому податковий борг є неможливою. Платники податків зазначених країн вважають запровадження Єдиного рахунку для сплати податків найважливішим досягненням

податкової служби, яке значно покращило взаємовідносини з податковою службою, скоротило бюрократичні процедури та витрати, пов'язані зі сплатою податків. За останні роки багато країн у Європі почали застосовувати подібну систему податкових платежів, зокрема, за останні роки Єдиний рахунок для сплати податків запроваджено у Бельгії [25].

Робота фіскальних органів у Швеції здійснюється під гаслом «єдина декларація – єдиний рахунок – єдиний платіж – єдина адреса (платежу)». Кожному громадянину у фіскальній службі відкривається особовий рахунок. Він ведеться як звичайний розрахунковий рахунок: за дебетом відображаються всі прямі податки, що нараховуються на нього (ці суми списуються під час надходження відповідних платежів із боку платника податків), а за кредитом – усі суми переplat або повернень податку під час перерахування по завершенні звітного періоду. Сплата податку здійснюється платником податку на певні рахунки фіскальної служби в банках і на пошті. Платіж здійснюється на єдиний рахунок і єдиним платіжним дорученням. Потім податковий орган розподіляє отримані суми відповідно до нарахувань за окремими податками, відображеними в особистому рахунку платника податків. Можливі переplати по податках, за бажанням платника податку їх перераховують на його банківський рахунок [45].

На той час в Україні не були створені технічні умови для впровадження єдиного рахунку, однак з плином часу та прагненням України до Європейської спільноти розпочалася активна робота у цьому напрямку.

Для реалізації намічених заходів Міністерство фінансів України видало наказ «Про затвердження Порядку перерахування до державного бюджету митних та інших платежів, які вносяться до/або під час митного оформлення» від 01.11.2017 р. № 898, зареєстрований в Мін'юсті 23.11.2017 за № 1429/31297 [36]. Прийняття цього документу обумовлено наступними причинами:

– відповідно до п. 1 ст. 299 МКУ зі змінами та доповненнями сплата митних платежів може здійснюватися із застосуванням авансових платежів (передоплати). Авансовими платежами (передоплатою), відповідно до п. 2 ст. 299 МКУ, виступають грошові кошти, внесені платником податків за власним бажанням на рахунки, відкриті на ім'я органів доходів і зборів в органах, що здійснюють казначейське обслуговування бюджетних коштів, як попереднє грошове забезпечення сплати майбутніх митних пла-

тежів [24]. Отже, кошти авансових платежів не вважаються митними платежами, доки особа, яка внесла такі платежі, не зробить розпорядження про це органу доходів і зборів та не будуть виконані відповідні митні формальності;

– вимога ст. 298 МКУ, де п. 1 визначено, що суми митних платежів, нараховані органом доходів і зборів, підлягають сплаті до державного бюджету платником податків безпосередньо на єдиний рахунок [24];

– середньостроковий план дій Уряду України до 2020 р., а саме: у 2017 р. заплановано запровадження системи сплати податків та зборів на єдиний рахунок [23];

– вимоги бізнесу, за результатами опитування проведеного Мінфіном щодо необхідності скорочення часу на проведення митних процедур за рахунок можливості внесення коштів на один рахунок без прив'язування до конкретної митниці. До запровадження пілотного проекту (вересень 2018 р.) кожна митниця має власний казначейський рахунок. Тому суб'єкт підприємницької діяльності, який здійснює митне оформлення у різних митницях, змушений перераховувати митні платежі на окремі рахунки так, як МКУ дозволяє підприємствам проводити митне оформлення у будь-якій митниці. Таким чином, підприємство має перерахувати на рахунок відповідної митниці необхідні кошти, які можуть бути невикористані в повному обсязі по причині курсових різниць.

В результаті, у підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності, яке здійснює митне оформлення товарів у різних митницях, складається ситуація, що на рахунку однієї митниці можуть залишатись певні кошти, а для оформлення товарів в іншій митниці цієї суми коштів не вистачає, а залишок коштів використати неможливо. Поряд з цим діюча на даний час модель сплати митних платежів має ряд недоліків для всіх учасників зовнішньоекономічної операції, які полягають у наступному (див. табл. 2.19).

Єдиний авансовий рахунок спрощує процедуру сплати митних платежів так, як передбачає наявність у суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності лише одного рахунка, з якого грошові кошти будуть списуватися під час митного оформленні у будь-якій митниці. Крім того це дозволяє:

- скоротити час на проходження митного оформлення;
- надати можливість перераховувати кошти авансових платежів на один рахунок ДФСУ, подавати митні декларації будь-якій митниці і сплачувати митні платежі з єдиного авансового рахунку;

- створити можливість автоматизації надання ДФСУ письмової інформації про використання коштів, унесених підприємством, як авансові платежі на рахунок ДФСУ;
- чітко регламентувати процедури і напрями перерахування до державного бюджету митних платежів, що вносяться до або під час митного оформлення;
- встановити правила обміну інформацією про рух коштів на рахунку, відкритому в Казначействі на ім'я ДФСУ;
- створити сприятливі умови для ведення бізнесу в Україні.

Таблиця 2.19

Недоліки діючої моделі справляння митних платежів*

Суб'єкт/ орган	Суть недоліку
Суб'єкт ЗЕД	<ul style="list-style-type: none"> – перерахунок грошових коштів на окремі рахунки митниць, в яких оформляється товар; – залишок коштів не можна використовувати під час оформлення товару в іншій митниці; – значні витрати часу на повернення надмірно сплачених коштів; – оформлення значної кількості документів, необхідних для повернення надмірно сплачених коштів; – несвоєчасне отримання інформації (протягом 30 днів з дня отримання вимоги) про використання коштів, унесених ним, як авансові платежі (п. 7 ст. 299 МКУ); – кошти авансових платежів, що перебувають на рахунку митниці без розпорядження про використання протягом 1095 днів з дня їх унесення, підлягають перерахуванню до держбюджету (п. 6 ст. 299 МКУ)
Митниця	– грошові кошти перераховуються на окремі рахунки митниць
ДФСУ	– митна декларація направляється до митниць через ДФСУ

*розроблено автором

У чинному законодавстві відсутнє трактування єдиного авансового рахунка митних платежів. На нашу думку, єдиний авансовий рахунок – це депозитний рахунок відкритий ДФСУ у Держказначействі для здійснення оплати митних платежів з метою надання митним органам гарантій у вигляді грошової застави та подальшим списанням їх до бюджету незалежно від митниці оформлення.

Переваги від запровадження єдиного рахунка сплати митних платежів учасниками ЗЕД узагальнено у таблиця 2.20.

Таблиця 2.20

Переваги від запровадження нової моделі справляння митних платежів*

Суб'єкт/ орган	Суть переваги
Суб'єкт ЗЕД	<ul style="list-style-type: none"> – можливість сплати грошових коштів до або під час оформлення товару в різних митницях; – скорочення часу на митне оформлення; – немає потреби формувати платіжні документи на перерахування митних платежів; – своєчасно отримує інформацію про використання грошових коштів; – безпосередньо не здійснює перерахування коштів до бюджету (компетенція ДФСУ).
Митниця	– здійснює лише митне оформлення.
ДФСУ	<ul style="list-style-type: none"> – своєчасно перераховує грошові кошти до бюджету; – посилює контроль за сплатою митних платежів внаслідок обміну інформацією про рух коштів на рахунку, відкритих у Казначействі на ім'я ДФСУ; – прозора система розрахунків

*розроблено автором

Запровадження єдиного казначейського рахунку проходить у декілька етапів, як це передбачає Наказ Міністерства фінансів України від 07.05.2018 р. №493 і набрав чинності з 08.06.2018, яким внесено зміни у Наказ Мінфіну «Про затвердження Порядку перерахування до державного бюджету митних та інших платежів, які вносяться до/або під час митного оформлення»: на перехідний період (з 15.01.2018 р. до 15.04.2019 р.) – за рішенням підприємства. До внесення змін у Наказ Мінфіну в перехідний період передбачався (з 15.01 до 16.07.2018 р, а постійна основа з 17.07.2018 р.); з 16.04.2019 р. – на постійній основі (див. рис. 2.6).

Такі зміни обумовлені не готовністю фіскальних органів до запровадження єдиного казначейського рахунку. На даний час не затверджений порядок взаємодії між ДФСУ та митницями, не проведено тестування програмного забезпечення, лише проведено штатні зміни та доопрацьовуються програмні комплекси.

Таким чином, недоліки, які мають місце сплаті при податків і зборів, а також митних платежів змушують Уряд приймати заходи, які затверджені у Плані пріоритетних дій. У документі передбачено запровадження єдиного рахунку для сплати податків, зборів та митних платежів.

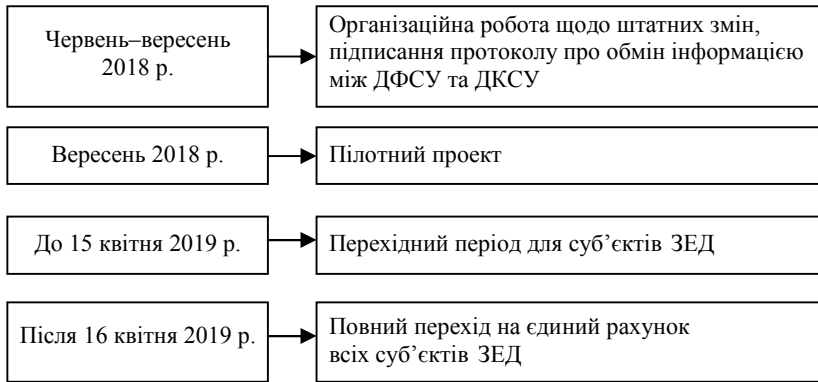


Рис. 2.6. Етапи запровадження єдиного рахунку сплати митних платежів в Україні*

*розроблено автором

Від запровадження єдиного рахунку вигоду отримають усі учасники ЗЕД (суб'єкти ЗЕД, фіскальні органи, у т.ч. митниці). До переваг запровадження єдиного рахунку необхідно віднести створення єдиної інформаційно-аналітичної бази ДФСУ та ДКСУ, яка дозволить у режимі реального часу накопичувати, обробляти та проводити обмін інформацією про надходження до бюджету митних платежів, контроль за справами яких покладено на органи Державної фіскальної служби України. Буде спрощено механізм сплати митних платежів до бюджету. Прозора система розрахунків платників митних платежів з бюджетом – це довіра платників митних платежів до державних органів. Спрощена модель сплати митних платежів до бюджету сприятиме розвитку партнерських відносин суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та ДФСУ.

Список використаних джерел

1. Алиева Д. Р. Сравнительный анализ применения НДС в зарубежных странах / Д. Р. Алиева // Стратегия развития Украины: Экономика, социология, право. – 2011. – № 1.
2. Аналітична доповідь до щорічного Послання Президента України до Верховної Ради України «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2018 році» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://niss.gov.ua/publikacii/poslannya-prezidenta-ukraini/analitichna-dopovid/-do-schorichnogo-poslannya-prezidenta>

3. Архірейська Н. В. Аналіз підходів до оцінювання ефективності митної справи [Електронний ресурс] / Н. В. Архірейська. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3176>
4. Бережнюк І. Г. Митне регулювання України: національні та міжнародні аспекти : монографія / І. Г. Бережнюк. – Дніпропетровськ : Академія митної справи України, 2009. – 453 с.
5. Білецький А. А. Фіскальний та регулюючий потенціал функціонування митної служби України в умовах відкритої економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.00.08 / А. А. Білецький. – Ірпінь, 2010. – 22 с.
6. Верховна Рада України. Законодавство України. Закладка «Пошук документів за реквізитами» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/find/a?text=>
7. Виконання державного бюджету України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/finance/budget/gov/>
8. Голомовзий В. М. Митне регулювання / В. М. Голомовзий, Л. А. Панкова, В. Г. Саяніна. – Львів, 2004. – 380 с.
9. Горна О. В. Потенціал реалізації фіскальної функції мита в контексті структурних перетворень економіки України [Електронний ресурс] / О. В. Горна // Тенденції фінансово-економічного розвитку України в умовах глобалізаційних викликів : І Всеукр. студент. наук.-практ. конф. (м. Чернівці, 25 лютого 2013 р.). – Режим доступу: http://bsfa.edu.ua/files/konf/23022013/sekciya3/teza_gorna.pdf.
10. Горянська Т. Конкурентні позиції експортоорієнтованих секторів економіки України [Електронний ресурс] / Т. Горянська. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/econpr_2012_1-2_19.pdf.
11. Гуцу С. Ф. Проблеми митного регулювання в Україні в умовах євроінтеграції / С. Ф. Гуцу // Гуманітарний часопис. – 2013. – № 4. – С. 105–109.
12. Доходи зведеного бюджету України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/2018/>
13. Експортна стратегія України («дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80>
14. Загальні тенденції тіньової економіки в Україні у 2018 році [Електронний ресурс] – Режим доступу: file:///C:/Users/user/Downloads/Shadow_2018.pdf.
15. Звіт Державної фіскальної служби за 2017 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/data/files/223549.PDF>
16. Звіт Державної фіскальної служби за 2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/data/files/240396.pdf>

17. Звіт про результати аудиту ефективності виконання органами Державної фіскальної служби України повноважень у сфері державної митної справи та боротьби з правопорушеннями під час застосування митного законодавства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ac-rada.gov.ua/doccatalog/document/16752589/zvit_12-3_/2017.pdf?subportal=main

18. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посіб. / за ред. І. І. Дахна. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006. – 360 с.

19. Іванова І. Є. Розвиток та сучасний стан законодавства з питань митної справи в Україні / І. Є. Іванова // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «ПРАВО». – 2014. – № 1137. – С. 103–105.

20. Курищук В. Державна фінансова підтримка експортної діяльності в Україні / В. Курищук // Економіст. – 2012. – № 6. – С. 39–41.

21. Кучерявенко М. П. Податкове право України. Академічний курс : підручник / М. П. Кучерявенко. – Київ : Правова єдність. Всеукраїнська асоціація видавців, 2008. – 701 с.

22. Малінський В. Митне оформлення товарів [Електронний ресурс] / В. Малінський // Вісник. Офіційно про податки. – № 37 (894). – Режим доступу: <http://www.visnuk.com.ua/ua/news/id/3102>

23. Митний кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2012. – № 44–45, № 46–47, № 48, Ст. 305–317.

24. Митний кодекс України [Електронний ресурс] : закон від 13.03.2012 р. № 4495–VI // Відомості Верховної Ради України. – 2012. № 44–45; № 46–47; № 48. Ст. 1858, ст. 552, ред. від 14.11.2019 р., підстава 202–IX. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>

25. Міжнародний досвід: адміністрування податків в Європі та в Україні. Офіційний портал Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: fs.gov.ua/arhiv/modernizatsiya-dps-ukraini/povidomlenia_/2012_povidomlenia-modernizatsia/print-59283.html

26. Навчальні матеріали онлайн. Міжнародні економічні відносини. Структура, види і форми реалізації міжнародних економічних відносин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1298010839240/ekonomika/struktura_vidi_formi_realizatsiyi_m_izhnarodnih_ekonomichnih_vidnosin#531.

27. Нікітін О. Особливі порядки вступу в дію нормативно-правових актів митного законодавства та їх застосування [Електронний ресурс] / О. Нікітін // Офіційні сайти Legal Group. – Режим доступу: <https://id-legalgroup.com/ua/blog/osobie-poryadki-vstupleniya-v-silu-normativno-pravovikh-aktov-tamozhennogo-zakonodatelstva-i-ikh-pri-menenie>

28. Олійник О. В. Податкова система : навч. посіб. / О. В. Олійник, І. В. Філон. – Київ : Центр навч. л-ри, 2006 – 456 с.

29. Пахомов С. І. Деякі проблемні питання застосування митного законодавства України / С. І. Пахомов // Митна справа. – 2002. – № 3. – С. 47–51.

30. Переверзева Г. Г. Удосконалення митно-тарифного регулювання в Україні шляхом впровадження системи «Електронна митниця» / Г. Г. Переверзева // Вісник КрНУ ім. М. Остроградського. – 2012. – № 4 – С. 79–82.

31. Писаренко С. М. Економіка і зовнішньоекономічні зв'язки України : підручник / С. М. Писаренко, Л. А. Українець. – Київ : Знання, 2015. – 398 с.

32. План пріоритетних дій Уряду на 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://enref.org/docs/plan-priorytetnyh-dij-uryadu-na-2017-rik/>

33. Податковий кодекс України [Електронний ресурс] : закон (№ 2755-VI) : [прийнято Верх. Радою України від 22.12.2010] // Офіц. сайт Верх. Ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

34. Положення про Державну фіскальну службу України [Електронний ресурс] : постанова (236) [прийнято КМУ від 21.05.2014] // Офіц. сайт Верх. Ради України. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/236-2014-%D0%BF>

35. Про Державну митну службу України : закон України від 29 листопада 1994 р. // Урядовий кур'єр. – 1996. – № 228

36. Про затвердження Порядку перерахування до державного бюджету митних та інших платежів, які вносяться до/або під час митного оформлення» [Електронний ресурс] : наказ Мінфіну України від 01.11.2017 № 898. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1429-17>

37. Про затвердження Порядку повернення авансових платежів (передоплати) і помилково та/або надміру сплачених сум митних платежів [Електронний ресурс] : наказ Мінфіну України від 18.07.2017 № 643. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0976-17>

38. Про зовнішньоекономічну діяльність : закон України від 16.04.1991 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 377. – Ст. 377.

39. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : закон України від 16.04. 1991 р. № 959–XII // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – № 29. – Ст. 377 ; ред. від 01.03.2017 р., підстава 1724–19. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12/page>

40. Про Митний тариф України [Електронний ресурс] : закон України від 19.10.2013 р. № 584–VII // Офіц. вісник України. – 2013. – № 84. – Ст. 3107 : ред. від 01.01.2019 р., підстава 2628–VIII. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/584-18>

41. Прокопенко В. В. Митні платежі в Україні: зміст, особливості / В. В. Прокопенко, Д. В. Козлова // Митна справа. – 2013. – № 4 (88). – С. 55–56.

42. Стельмашук А. М. Державне регулювання економіки : навч. посіб. / А. М. Стельмашук. – Тернопіль : Астон, 2001. – 362 с.

43. Стратегія реформування системи управління державними фінансами на 2017–2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/275-2017-%D1%80>

44. Терещенко С. Основи митного законодавства в Україні: Теорія та практика : навч. посіб. / С. Терещенко, В. Науменко. – Київ : АТ «Август», 1999. – 295 с.

45. Фурса Т. П. Фіскальний механізм: зарубіжний досвід та українські реалії [Електронний ресурс] / Т. П. Фурса, С. М. Синиця. – Режим доступу: http://www.intellect21.nuft.org.ua/journal/2016/2016_5/6.pdf

46. Шишка Р. Б. Митне право України : підручник / Р. Б. Шишка. – Київ : Центр навч. л-ри, 2008. – 320 с.

47. Шульга М. Г. Митне право України : навч. посіб. / М. Г. Шульга. – Харків : Нац. юрид. акад. України, 2005. – 100 с.

48. Ярошенко Ф. О. Історія оподаткування : навч. посіб. / Ф. О. Ярошенко, П. В. Мельник, В. Л. Андрущенко, В. М. Мельник. – Ірпінь : Нац. акад. ДПС України, 2004. – 242 с.

49. The World Factbook [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/up.html>

Міжнародні економічні відносини у підвищенні конкурентоздатності, прибутковості та адаптивності експортоорієнтованих підприємств

3.1. Забезпечення стійкості економічної системи: міжнародний аспект

Концепт економічної безпеки в контексті глобалізації.

На сьогодні принципово змінилася постановка багатьох проблем, пов'язаних з ризиком і безпекою економічних систем. Така ситуація вимагає відповідної системи захисту економічних інтересів. Враховуючи зазначене, науковцями виокремлено дві об'єктивні першопричини безпеки – це виклики і загрози (або небезпеки, як форма прояву останніх). Виклики генерують нові ситуації, за яких існує ймовірність виникнення загроз, а відтак необхідність реалізації дії механізмів, які забезпечують їх виявлення, локалізацію і подолання, і досягнення стану безпеки.

Для визначення взаємозв'язку рівнів економічної безпеки варто використовувати системний підхід, оскільки саме за його допомогою можливо комплексно дослідити зміст, структуру та функції категорії безпеки економічної системи на будь-якому рівні.

Сучасний стан розвитку міжнародних відносин, поглиблення процесів транснаціоналізації, глобалізаційних процесів суттєво ускладнюють прийняття відповідних рішень, які спрямовані на забезпечення сфери безпеки. Більш того, диференційність інтересів, розбіжності у питаннях безпеки, які належать до компетенції держав, посилюють актуальність вирішення питання: на якому саме рівні повинні бути прийняті відповідні рішення (у контексті визначення глобального, регіонального, національного, місцевого рівнів). Це питання ще більше ускладнюється за сучасних умов, оскільки немає єдиної позиції міжнародної спільноти, а лише спостерігаються змінні комбінації конвергентних або розбіжних інтересів серед країн світу, на чому наголошують експерти ООН [294, с. 18].

Посилення загроз економічній безпеці на світовому рівні пов'язані із [137]:

- поглибленням взаємодії (відповідно та взаємозалежності) країн світу;

- використанням країнами світу свого наявного економічного потенціалу у якості відповідного важеля економічного впливу на інші країни (як у відкритий спосіб, так і у прихований);

- застосування заходів протекціонізму в умовах невизначеності та нерівномірного розподілу економічного потенціалу між країнами.

Глобальні зрушення формують нові виклики у системі економічної безпеки. Зверяков М.І. [83, с. 4] доводить, що саме підпорядкування національних інтересів силам глобального ринку становить головний зміст глобалізації. Як наслідок виникає новий напрям викликів, що також характеризуються довготривалістю, а отже вимагають комплексу інтегрованих дій на кожному рівні прийняття управлінських рішень.

Реун І. [183, с. 109–110] доводить, що розвиток сучасних процесів має прискорений характер, а від так, суттєво скорочується період прогнозування, що робить проблематичною побудову довгострокових і середньострокових прогнозів та опрацювання відповідних заходів у сфері безпеки. Таким чином, прийняття відповідних управлінських рішень у сфері безпеки потребує, з одного боку, чіткого визначення рівнів у системі безпеки (локального, галузевого, національного, регіонального, міжнародного тощо), а з іншого, комплексу спільних дій суб'єктів різного рівня, які реалізуються на відповідному рівні у системі безпеки.

У дослідженні «Економічні фактори як об'єкти забезпечення безпеки: безпека та вразливість економіки» американські вчені Мердок С., Нор К., Трейгер Ф., підкреслюють, що економічна безпека має забезпечувати досягнутий рівень задоволення потреб населення країни та національних інтересів країни в цілому, забезпечувати можливості для їхнього розвитку, забезпечувати економічну незалежність країни тощо. Відповідно, зміни у обсягах доходів у суспільстві, погіршення умов їх розподілу, погіршення основних макроекономічних індикаторів (рівня інфляції, безробіття та ін.) уповільнюють темпи економічного зростання, а від так – сприяють виникненню загроз у сфері безпеки [275, с. 65–90].

Досліджуючи категорію безпеки, дослідник Зіба Р. у своїй монографії «Інституціоналізація європейської безпеки: концепції,

структури, функціонування» [297], виокремлює декілька підходів у дослідженні безпеки як неподільної категорії:

- 1) суб'єктних: національна безпека та міжнародна безпека;
- 2) предметних: політична безпека, військова, економічна, соціальна, культурна, ідеологічна, екологічна інформація тощо;
- 3) просторових: особиста безпека (стосується окремих людей), локальна (державна, національна), субрегіональна, регіональна (коаліційна), трансрегіональна і глобальна (універсальна);
- 4) часових: стан безпеки та процес безпеки;
- 5) способів організації: індивідуальний (односторонній) – гегемонізм наддержав, ізоляціонізму, нейтральності, неприєднання, союз (системи блоків), кооперативної системи безпеки, колективні системи безпеки.

Окрім дослідження категорії економічної безпеки із точки зору її сутності за просторовим, суб'єктним, модельним та предметним підходами, особливої уваги набуває дослідження економічної безпеки як певної інтегрованої системи економіки, яка передбачає тісну взаємодію декількох рівнів. Про це йдеться у дослідженні Власюк О. [38, с. 36–37], у якому виділяється два основні аспекти системи економічної безпеки: по-перше, безпосередньо якісна характеристика економічної системи через елементи, які характеризують її стан з точки зору безпеки (стійкість, розвиток, самодостатність); по-друге, дослідження вертикально-інтегрованої системи безпосереднього забезпечення економічної безпеки, яка обумовлена державною структурою країни і виражена у конкретних визах зв'язків та взаємостосунків.

Оскільки сучасні зрушення, які відбуваються у глобальному середовищі, призвели до суттєвого переосмислення стратегічних орієнтирів перспектив людства, на яких наполягають міжнародні організації, слід визначити, що зростання і розвиток не є тотожними, а основним індикатором є розвиток людини. На це звертають також і українські дослідники [157, 158, 261, 294], зазначаючи, що сучасні стратегії розвитку мають забезпечувати соціально відповідальний економічний розвиток задля майбутніх поколінь.

У сучасній економічній літературі не завжди розмежовують поняття «міжнародна економічна діяльність» і «зовнішньоекономічна діяльність». В основі цих понять лежить трансграничний характер відносин між їх суб'єктами.

У Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» зазначено, що: «...зовнішньоекономічна діяльність – це діяльність

суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, заснована на взаємовідносинах як на території України, так і за її межами...» [173].

У [145, с. 17] наведено наступне: Зовнішньоекономічна діяльність – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами. Міжнародна економічна діяльність – це діяльність вітчизняних та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, регулювання яких здійснюється в рамках національного законодавства та міждержавних угод. Отже, автори вбачають різницю між вказаними поняттями за територіальною приналежністю.

Автори монографії [85, с. 16] вважають, що зовнішньоекономічна діяльність являє собою багатомірну цілісну систему господарювання. Вона залучає до себе дві основні підсистеми: зовнішньоторговельну і міжнародну виробничо-інвестиційну діяльність.

На нашу думку, механізм регулювання міжнародної економічної діяльності складається з суб'єктів різного рівня впливу – національних, спеціалізованих, міжнародних, методів та інструментів, які є специфічними для кожної сфери міжнародної економічної взаємодії, а тому комплексний характер міжнародної економічної діяльності дозволяє визначати її і як процес, і як систему, і як сферу діяльності. Окрім того, не варто ототожнювати поняття «міжнародна економічна діяльність» і «зовнішньоекономічна діяльність». Оскільки, у сучасних умовах зовнішньоекономічна діяльність являє собою систему економічних відносин, які складаються в процесі обміну ресурсами всіх видів між державами та їх економічними суб'єктами. Ці відносини включають усі аспекти економічного життя держави: виробництво, торгівлю, фінанси, інвестиційну сферу.

Зовнішньоекономічна діяльність у всіх країнах спрямована на:

- сприяння вирівнювання темпів економічного розвитку;
- порівнянність витрат виробництва на національному та світовому рівнях;
- реалізацію переваг міжнародного поділу праці, що сприяє зростанню ефективності національних економік. До основних функцій ЗЕД відносяться:
- організація та обслуговування міжнародного обміну природними ресурсами та результатами праці в їх матеріальній та вартісній формах;

- міжнародне призначення споживчої вартості продуктів міжнародного поділу праці;

- організація міжнародного грошового обігу.

Практичне значення ЗЕД для країн полягає в можливості одержувати валютну виручку від експорту, підвищувати технічний рівень виробництва (за рахунок імпорту, більш ефективної техніки та технологій), виробляти конкурентоспроможну продукцію [16]. Тобто вона характеризується, насамперед, переважно внутрішньою спрямованістю, а також передбачає взаємовідносини країни (або підприємства) як економічного суб'єкта з конкретним контрсуб'єктом поза межами країни на локальних ринках.

Міжнародна економічна діяльність охоплює два рівня відносин: 1) відносини між суб'єктами міжнародного економічного права (державами та міжнародними організаціями). Діяльність здійснюється державами та міжнародними організаціями. Передбачає виконання міждержавних економічних зобов'язань, міждержавних економічних угод, економічних зобов'язань міжнародних організацій. 2) відносини між: фізичними і юридичними особами різних держав, включаючи так звані діагональні відносини – між: державою і фізичними чи юридичними особами, що належать іноземній державі. Діяльність характеризується багатополарністю та глобальністю (функціонуванням в межах єдиного (глобального) світового економічного простору).

Отже, міжнародна економічна діяльність – це процес (сукупність) активних дій суб'єктів світового господарства, які націлені на забезпечення реалізації власних економічних інтересів та досягнення високого рівня економічної безпеки, накопичення матеріального багатства, задоволення потреб та вирішення існуючих проблем [239, с. 7–8]. Суб'єктами міжнародної економічної діяльності виступають: держави; міжнародні організації; фізичні та юридичні особи, які використовують глобальну стратегію.

Міжнародну економічну діяльність країни здійснюють у таких формах:

- міжнародна торгівля товарами – це сукупний вартісний товарооборот між країнами в системі світогосподарських зв'язків;

- міжнародна торгівля послугами – це сукупність торговельних відносин між країнами з надання транспортних, інформаційних, туристичних, фінансових, страхових та інших послуг;

- міжнародний рух капіталів – процес трансграничного переміщення капіталів, обумовлений різною забезпеченістю країн мате-

ріальними, фінансовими, грошовими ресурсами для створення матеріальних благ і забезпечення розширеного відтворювального процесу;

– міжнародне науково-технічне співробітництво – процес міждержавного трансферу технологій на комерційній чи некомерційній основі;

– міжнародні валютно-фінансові відносини – сукупність економічних відносин між країнами у валютній і фінансовій сферах;

– міжнародні кредитні відносини – сукупність економічних відносин між країнами з надання фінансових активів на умовах терміновості, зворотності, платності;

– міжнародна міграція робочої сили – процес між державного переміщення робочої сили терміном більше одного року, обумовлений економічними та неекономічними причинами;

– співробітництво країни з міжнародними економічними організаціями;

– участь країни у вирішенні таких глобальних проблем світової економіки, як демографічної, продовольчої, екологічної, ядерної небезпеки, боротьби з тероризмом [16, с. 6].

Таким чином, враховуючи зазначене та спираючись на теорію відносності в дослідженні питань діяльності держави у сучасному глобалізаційному просторі, варто, на нашу думку, розділяти складові безпеки держави у контексті трансграничного характеру відносин між їх суб'єктами, що досліджуються. Тому вважаємо за необхідне виділяти окремо міжнародну економічну безпеку і зовнішньоекономічну безпеку, обумовлюючи це рівнем об'єктності та векторності.

Міжнародній економічній безпеці присвячена невелика кількість наукових досліджень та робіт порівняно з національним напрямом. Однак при більш детальному розгляді стає очевидно, що в сучасних умовах розвитку світової економіки він не лише не втрачає актуальності, але стає більш ускладненим, тому, відповідно, існує гостра потреба в специфічних підходах як у сфері дослідження, так і у сфері розробки методології його зміцнення та управління.

Починаючи із 1990-х рр., питання міжнародної безпеки привернуло увагу світової наукової спільноти. Так, зокрема, Чарльз А. Копчан та Кліффорд Колгані під міжнародною економічною безпекою пропонували розуміти «такий стан міжнародних і військово-політичних відносин, за якого гарантується зовнішня складова національної безпеки кожної країни, а також практично усувається загроза воєн і збройних конфліктів завдяки розв'язанню

міжнародних і регіональних суперечностей» [108]. Тобто, у цьому випадку дефініція міжнародної економічної безпеки асоціюється лише з військовою та політичною безпекою.

Близьким до наведеного є визначення Г. Костенка, який зазначає: «Поняття міжнародної безпеки не тотожне поняттю національної безпеки як простої суми національної безпеки держав світу. Тобто міжнародну безпеку не можна уявити як ситуацію, при якій досягнення стану гарантованої безпеки окремими державами світу автоматично призводить до стану всезагального миру і стабільності» [113, с. 7].

Науковці Національного інституту проблем міжнародної безпеки стверджують, що «сучасна система міжнародної безпеки, є, з одного боку – історичним продуктом, пов'язаним з розвитком міжнародних процесів у сфері безпеки, а з другого – певною мірою відтворює безпекові реалії ХХ ст. Саме оцінка дієздатності системи міжнародної безпеки та прогнозування шляхів її подальшого розвитку належить до однієї з найбільш важливих функцій держави, її здатності адекватно оцінювати ситуацію та проводити реалістичну внутрішню та зовнішню політику» [218, с. 64].

У 2006 р. З. Бжезінський надає наступне визначення цієї категорії: «Під міжнародною економічною безпекою розуміється така економічна взаємодія країн, яка виключала б навмисне завдання збитку економічним інтересам якоїсь країни. Це передбачає створення відповідного міжнародно-правового механізму» [18, с. 9]. Так Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський під міжнародною економічною безпекою розуміють «комплекс міжнародних умов співіснування домовленостей та інституціональних структур, за яких кожній державі – члену світової спільноти забезпечується можливість вільно обирати і здійснювати свою стратегію соціального та економічного розвитку, не зазнаючи зовнішнього тиску і розраховуючи на невтручання, розуміння та взаємоприйнятну і взаємовигідну співпрацю з боку інших держав» [91, с. 9]. Однак, у цьому визначенні немає відображення сучасних явищ, пов'язаних з розвитком глобалізаційних процесів у світовій господарській системі.

Враховуючи цей факт, Т.Г. Васильців вважає, що «необхідно визнати, що в умовах глобалізації світової економіки, вступу країни до міжнародних інтеграційних об'єднань об'єктивно формується вищий рівень системи управління економічною безпекою держави. Йдеться про світову економічну систему, в межах якої захищеність економічних інтересів країни визначається рівнем роз-

витку національної економіки, її конкурентоспроможності на світовому ринку, внеском у світове господарство» [33, с. 12].

Гладченко Т. наполягала на необхідності формування окремого наукового напрямку та доцільності вивчення категорії «міжнародна економічна безпека». Вона стверджує, що «безпека держави має формувати сприятливі засади та передумови забезпечення захищеності компонент і функціональних складників об'єкта економічної безпеки нижчого рівня» [46, с. 5]. Тобто, доцільним є виокремлення не лише таких рівнів економічної безпеки як рівень держави (макрорівень), регіону, галузі (мезорівень), підприємства, людини (макрорівень), але у сучасних умовах розвитку інтеграційних процесів дуже актуальним та необхідним є розгляд цієї категорії на мегарівні (світової економіки). Цієї ж думки дотримуються М.З. Мальський, М.М. Мацяк, які зазначають, що «національною безпекою у міжнародному середовищі можна вважати стан відсутності прямої чи прихованої загрози для існування та розвитку держав чи їх громадян або здатність останніх ефективно їй протистояти. Уряди суверенних національних держав постійно намагаються реалізувати на практиці комплекс заходів, метою яких є прагнення елімінувати можливі загрози, а якщо це неможливо, то, використовуючи всі доступні заходи, адекватно реагувати на них» [132, с. 11]. Основним недоліком наведеної дефініції є значна узагальненість, а тому недостатньо розкриває особливості «економічної безпеки», зводячи його до сфери звичайної міжнародної діяльності. При цьому національна економіка, держава, підприємство або людина розглядаються як самостійні суб'єкти міжнародної життєдіяльності, а не складова загальної світогосподарської системи.

Польським дослідником З. Бжезинский у 2008 р., було враховано зазначений недолік, і він надає визначення категорії «міжнародна економічна безпека» як «стан відсутності прямої чи прихованої загрози виникнення конфліктів або здатність провідних держав світу чи колективних міжнародних інституцій (міжнародних організацій) ефективно їм протистояти. Вона є результатом складної взаємодії багатьох держав, влада кожної з яких прагне, насамперед, реалізувати власну безпеку. У кінцевому підсумку в міжнародних відносинах встановлюється певна система безпеки, до якої кожна держава змушена адаптуватись» [17, с. 27].

Отже, дослідження стану міжнародної економічної безпеки належить до завдань аналітичного характеру соціальних, екологічних, техніко-економічних механізмів світогосподарської системи,

які характеризуються різноманітністю параметрів, показників та властивостей, мають складну та багаторівневу структуру внутрішніх і зовнішніх взаємозв'язків на мікро-, мезо-, макро- та мегарівні, невідзначеність умов саморозвитку і розвитку, різноманіття інтересів [92].

Міжнародна економічна безпека: детермінанти і складові успіху. Поглиблення взаємодії країн світу в умовах глобальної інтеграції, посилення взаємозалежності між ними потребують відповідних досліджень причинно-наслідкових зв'язків між викликами глобалізації та забезпеченням економічної безпеки країн. Інтеграційні процеси, з одного боку, поглиблюють взаємозв'язки між країнами світу, з іншого – саме потужна взаємозалежність між країнами стає джерелом турбулентності і дестабілізації, нестійкості.

Наукові дослідження формування та забезпечення економічної безпеки держави на рівні світових ринків проводяться тривалий час. Починаючи від меркантилістів (Т. Ман, С. Фортрей, Ж.Б. Кольбер, Г. Скаруффі та ін.), які розглядали питання захисту національного ринку, застосування відповідних інструментів протекціоністського захисту. Класики економічної науки (А. Сміт, Д. Рікардо) зосереджували увагу на інструментах забезпечення стабільності ринків, узгодженості інтересів його суб'єктів. Особливу роль у забезпеченні стабільності ними відводилась державі, яка через відповідні засоби державного регулювання, у першу чергу, сфери зайнятості, регулювання інфляції у таких сферах, як зайнятість, звертав увагу Дж.М. Кейнс. Однак саме неефективне державне регулювання ставить під загрозу безпеку країни, стан якої визначається рівнем розвитку інститутів у суспільстві, їхнім впливом на господарство (Т. Веблен, У. Мітчелл, Р. Коуз, Р. Нельсон, Л. Тевено, Д. Норт).

Результати проведеного аналізу дають змогу дійти висновку, що в період кінця ХХ – початку ХХІ ст. дослідження проблем безпеки характеризуються подальшою розробкою концептуальних та методологічних підходів, форм і способів розв'язання комплексної проблеми забезпечення безпеки та механізмів їх імплементації. Базисом усіх теорій безпеки є «конструкти», «концепти» та «парадигми», які можуть відобразити важливі властивості систем. Основні вимоги щодо «теоретичних конструктів» – несуперечність, підтверджуваність і ефективність – сформулював В. Канке [95].

Концепт може бути визначений як поняття, але поняття, розширене в результаті всієї сучасної наукової ситуації. Цю тезу сформулював фахівець з мовознавства Ю. Степанов, на думку

якого під концептом розуміється явище ... споріднене «поняттю» в логіці. При цьому він зазначає, що поняття «концепт» включає не тільки логічні ознаки, а й компоненти наукових, психологічних, емоційних і побутових явищ і ситуацій [199, с. 20]. Як зазначав Д. Болдвін [250], визначаючи концепт безпеки, ця категорія й до нині є складною та суперечливою, і потребує відповідної концептуалізації. Особливої актуальності набуває виявлення детермінант, що впливають на забезпечення міжнародної економічної безпеки країни пов'язано, перш за все, з виявленням тих причин, процесів умов, які, тією чи іншою мірою, впливають на стан економічної системи, можуть стримувати або перешкоджати її розвитку.

В основу концепції економічної безпеки, закладається питання не про співвідношення сил (економічних потенціалів), а досягнення балансу різних груп інтересів, наприклад, національних та інтернаціональних. У разі порушення цієї рівноваги взаємозалежність держав в економічній сфері з детермінанти, що забезпечує, перетворюється на свою протилежність – детермінанту, дестабілізуючу, що підриває економічну безпеку.

Під час дослідження потрібно враховувати взаємозв'язок міжнародного і національного рівнів. Поняття «загроза» і «безпека» тісно пов'язані один з одним, неможливо провести повне дослідження економічної безпеки, не вивчивши загрози як економічні, так і неекономічні. Загроза взагалі, а не тільки економічна, називається такою тому, що вона чи створює загрозу руйнування об'єкта, або завдає йому більш-менш значної шкоди. Під руйнуванням можна розуміти, наприклад, позбавлення доступу до ресурсів, що приводить до голодної смерті, або дезорганізацію грошового обігу, що супроводжується розпадом господарської системи країни, або втрату здатності уряду до управління економікою. Складнощі виникають, коли робиться спроба визначити рівень збитків, що дозволяє говорити про загрозу економічної безпеки, але за якого справа до руйнівних подій не доходить. У нормі економічні загрози є зворотною стороною економічного виграшу і звичайною умовою діяльності в ринковому конкурентному середовищі. Економічний збиток, що заподіюється суб'єкту, може бути пов'язаний з його нездатністю протистояти конкуренції і бути результатом його внутрішніх чинників, наприклад, поганого управління. Збиток може бути і наслідком впливу зовнішніх факторів – як свідомих дій з боку інших держав, так і стихійних. Стихійні події можуть мати приватний характер, ставлячись до коливань на окремих ринках,

або загальний, будучи пов'язаними з дестабілізацією світової економічної системи в цілому [50]. Безпосередньо розглядати детермінанти міжнародної безпеки країни науковці розпочали через сферу внутрішньої економічної безпеки.

Загрозами економічній безпеці, на думку Х. Мауля, можуть бути посилення небезпечних тенденцій розподілу суспільства та ескалація соціальних конфліктів, порушення зав'язків із постачальниками сировинних ресурсів [273, с. 45]. «В умовах стагнації або економічного спаду будь-яка загроза труднощів доступу до сировини, – констатує Х. Мауль, – становить для уряду першочергову проблему» [38]. Проте, з іншого боку, економічна безпека може мати і зворотну сторону: для експортерів сировини зовнішні ринки стають особливо важливими для забезпечення стабільного розвитку, соціального миру, політичної стабільності. Про порушення безпеки можна говорити в тому випадку, якщо припинення постачання призведе до падіння рівня виробництва, в такому випадку виробники сировини використовують національну безпеку як виправдання протекціоністських заходів.

К. Мердок у дослідженні, присвяченому дослідженню економічних чинників як об'єктів безпеки, уточнює причини, які сприяють виникненню загроз безпеки [276, с. 82]. До яких він відносить зміни в обсягах та розподілі доходів і багатства, що погіршують стан економічних суб'єктів, та різкі зміни у рівні зайнятості, інфляції, доступу на ринок, постачанні сировини, які уповільнюють темпи економічного росту. Розділяє цю точку зору Б. Гріер у роботі «Європейська економічна система», де досліджено досвід планування економічної безпеки, заснованої на аналізі структури господарських зв'язків і типу виробництва з метою захисту національної економіки від зовнішніх впливів [260, с. 229]. В цьому дослідженні пропонується вимірювати економічну безпеку коливаннями динаміки ВВП, проводити оцінку впливу різних детермінант на основі диференціального підходу.

Міжнародні політичні конфлікти здійснюють вплив на розвиток національної економіки, адже їх вплив залежить від економічного потенціалу країни. Дослідженню такого впливу присвячено роботу К. Холсті «Панування політики, зовнішня торгівля як частина національної політики безпеки» [265, с. 653]. Особливістю дослідження є те, що автор висловлює думку про підпорядкування економічних інтересів політичній стратегії, що має наслідком неоптимальність економічних зв'язків. Важливим при цьому є те, що

безпека торгівлі перетворюється в важливу складову національної безпеки для невеликих країн та не буде мати такого значення для великих. В процесі зміцнення ділових економічних відносин та партнерства, вплив економічних детермінант посилюється і з'являється тенденція виходу торгівлі з підпорядкування вимогам національної безпеки. К. Холсті наголошує на тенденції роз'єднання політики й економіки водночас зі зростанням ступеня довіри між партнерами. Вважає негативним, вплив протекціонізму на міжнародну економічну безпеку держави безпеку, який є каталізатором послаблення системи міжнародних економічних відносин.

Важливою детермінантою міжнародної економічної безпеки є співвідношення автономії і взаємозалежності. Таке твердження знаходимо у роботі Т. Ілгена «Автономія і взаємозалежність: валютні і торгові відносини між США і Західною Європою, 1958–1984 рр.» [266, с. 56]. Автором доведено, що посилення взаємозалежності є причиною змін у правилах і процесах міжнародного обміну. При цьому джерелом загроз міжнародній економічній безпеці є не тільки надмірна автономія, але і жорстка зовнішня політика. Х. Беренс і П. Ноак у дослідженні «Теорії міжнародної політики» [15, с. 79]. зауважують, що коливання балансу взаємозалежності має довгострокові наслідки, які через руйнування економічної безпеки окремої держави призводять до диспропорцій міжнародної системи загалом.

Питання взаємозалежності, як процесу поглиблення інтернаціоналізації світових господарських зв'язків, знайшли відображення у праці Л. Олея, Дж. Голдена і Р. Келлі, де досліджено міжнародні аспекти економічної теорії національної безпеки, оцінювався взаємозв'язок зростання вразливості національної економіки залежно від розподілу ресурсів, спеціалізації виробництва, структури та напрямку товарних і капітальних потоків [279, с. 259]. Поглиблення взаємозалежності спричинює модифікацію впливу трьох взаємопов'язаних детермінант, що визначають рівень міжнародної економічної безпеки країни – структури товаропотоків, платіжного балансу та валютного курсу. Загальновідомо, що в умовах вільної конкуренції структура товарообміну складається лише під впливом цінового та якісного факторів. Будь-яке державне втручання у вигляді регулювання за допомогою використання тарифів і квот обмежує ефективність торгівлі. В умовах обмеженого доступу іноземних товарів на внутрішній ринок країни знижують темпи зростання її ВВП та ефективність виробництва.

Варто зауважити, що не всі економічні загрози спричиняють виключно негативні наслідки і мають деструктивний характер. Частина їх можна вважати ризиками повсякденної економічної діяльності, які вимагають додаткових витрати. Те, що в короткостроковому періоді виглядає як загроза, наприклад, ембарго на поставку нафти, в довгостроковій перспективі може обернутися стимулом для більш раціональної енергетичної політики і прискорення технологічного розвитку. Збиток може виражатися у втраті доходу або в знищенні цілих галузей промисловості і все ж не виходить за рамки нормальної конкурентної боротьби [252, с. 5].

Особливе місце серед детермінант, що впливають на національну економічну безпеку, займає ступінь залучення країни в світову економіку. Вплив цього фактору біполярний. З одного боку, чим більша частка країни у світовій торгівлі, експорті капіталу тощо, тим більший її вплив на інші країни, тобто більше її активна сила. Але, з іншого – чим більше частка зовнішньої торгівлі по відношенню до ВВП, чим сильніше проникнення іноземного капіталу в економіку, тим більше країна схильна до впливу ззовні, що позначається на величині її пасивної сили. Всі країни залежать від інших в отриманні благ, необхідних для досягнення бажаного рівня життя і темпів економічного розвитку. Вибір, між ефективністю (добробутом) і незалежністю (безпекою) є співвідношенням між коротко- і довгостроковими інтересами країни.

У системі, в якій взаємопоглинання є нормою, питання про виживання набуває для суб'єктів найважливіше значення порівнянні з питанням про ефективність. Причому останнє розглядається крізь призму першого. Учасники таких відносин (і держави, і фірми) більш стурбовані відносною силою, ніж абсолютною вигодою. Перевага в розподілі вигід від співпраці розглядається як перевага в безпеці. Передусім держави стурбовані двома питаннями: поперше, тим, щоб інші не отримали більше вигід, ніж вони; подруге, тим, щоб не потрапити в залежність від обміну [289].

У анархічній системі, де діє принцип «допоможи собі сам», ніхто не може змусити суб'єкт поставити інтереси системи вище своїх власних, хоча всі суб'єкти можуть розуміти, що для їх же блага було б доцільно поступитися частиною своїх інтересів. Цього не відбувається тому, що ні у одного з них немає впевненості в тому, що інші дотримуватимуться такого ж прикладу, а для досягнення ефекту необхідно, щоб всі учасники діяли однаково. Виникає явище, що отримало назву «дилема безпеки» [81]. В науковій

літературі з проблем безпеки одне з її проявів трактується через призму теорії ігор. Нездатність домовитися і проблема взаємної недовіри проявляється не тільки у витратах, пов'язаних із її забезпеченням безпеки, в тому числі міжнародної. У результаті утворюється спіраль погоні за безпекою, учасники якої своїми діями підштовхують один одного до скоєння нових витків, нездатних у принципі поліпшити їхнє становище [81].

Високий рівень взаємозалежності вимагає оптимізації співвідношення рівня спеціалізації кожної конкретної економічної системи і її вразливості. Водночас у науковій літературі представлено цілий спектр пропозицій для вирішення проблеми: від пасивного спостереження за втратою національної самостійності і створення заборонних бар'єрів до активного одностороннього контролю торгової політики партнерів і колективного регулювання. Одним із варіантів забезпечення економічної незалежності є реалізація програм, що забезпечують незалежність у найважливіших сферах (організація управління запасами й резервами, скорочення споживання). Інший варіант – пошук економічних важелів, які посилювали б політичний вплив. Проте об'єктивна обмеженість взаємозалежності перешкоджає досягненню абсолютної економічної безпеки. Міжнародний обмін товарами й послугами опосередковується валютними виплатами, тому, обов'язковою умовою міжнародної стабільності, є вирівнювання платіжного балансу. Диспропорції платіжних балансів особливо небезпечні, оскільки при стійких торгових дефіцитах зростатиме і частка іноземного капіталу в національній економіці або послабловатимуться позиції центральних банків, або знецінюватиметься національна валюта. В умовах вільної конкуренції платіжний баланс вирівнюється автоматично. Але прагнення захистити національну економіку від впливу зрушень у міжнародній торгівлі обумовлює необхідність регулювання структури зовнішніх платежів, заходи яких містять ризик у відповідь дій інших держав, які посилюються з поглибленням взаємозалежності, що знижує економічну безпеку [81]. Отже, рівень міжнародної економічної безпеки держави залежить від рівня функціонування й розвитку її економічної системи, залучення у інтеграційні процеси, у тому числі компоненти у взаємозв'язку і взаємозалежності, а відтак, стійкості і дієвості.

У системі міжнародної економічної безпеки країни важливими є детермінанти впливу і забезпечення.

Принцип детермінізму досліджувався як класиками економічної науки [64], так і багатьма сучасними науковцями [102], які прагнули виявити чинники, діями яких зумовлені процеси, які протікають у соціально-економічних системах, тобто їх детермінанти.

Феномен детермінованості процесів та явищ притаманний соціально-економічним системам. Як зазначає С. Коврига, детермінізм є одним із головних пояснювальних принципів наукового пізнання, який вимагає тлумачити досліджувані феномени виходячи із закономірної взаємодії доступних емпіричному контролю чинників [60]. У найбільш загальному (історичному) сенсі детермінізм включає причинність як сукупність обставин, що передують наслідку та викликають його. Така сутність детермінізму відповідає його історичному різновиду, що є вченням про об'єктивний взаємозв'язок та взаємозумовленість явищ матеріального та духовного світу, коли одне з них (причина) неодмінно за певних умов породжує інше (наслідок). Водночас детермінізм далеко не завжди пов'язують із причинністю. Так, С. Коврига розрізняє системний детермінізм (залежність окремих компонентів системи від властивостей цілого), детермінізм зворотного зв'язку (наслідок впливає на причину, яка його викликала), детермінізм статистичний (за схожих причин виникають різні ефекти, підлеглі статистичній закономірності), цільовий детермінізм (мета визначає процес її досягнення).

Одним з найбільш популярних різновидів детермінізму є економічний детермінізм – концепція, що розглядає економіку або ж економічне середовище як винятковий єдиний активний фактор, що виступає суб'єктом історичного процесу. Із цього погляду, як зазначає В. Базаров, саме фактори, які характеризують економіку та економічне середовище, визначають увесь суспільний розвиток. Щодо невиробничих (неекономічних) факторів, то вони є, по суті, лише пасивним наслідком економічного процесу [129].

Незважаючи на різновиди детермінізму, для них характерним є те, що вони передбачають взаємообумовленість певних процесів чи подій, тобто залежність від впливу певних чинників (причин, умов). Деякі науковці трактують детермінанти саме з позиції факторів, що чинять певний вплив. Враховуючи зазначене, під терміном «детермінант» із позиції економічних явищ можна розуміти чинник, який впливає на певний економічний процес. Інші науковці визначають детермінанти як своєрідні поля, які неможливо побачити, але які впливають на кожний елемент окремо і

на систему загалом, зокрема С. Коврига [259] вважає, що вони виступають передусім у формі причинності як сукупності обставин. Тобто детермінантою можна назвати визначальну ознаку якогось об'єкта; подію, явище чи рису, яка здійснює безпосередній вплив на іншу подію чи інше явище і(чи) визначає її. На сьогодні не існує галузі, де б не використовувалася зазначена термінологія, але трактування терміна набуває іншого значення залежно від сфери його використання.

Ю. Поліщук як детермінанти розвитку розглядав певні передумови, за яких цей розвиток може відбутися [25]. Тобто у цьому контексті детермінантом виступає не просто фактор, а фактор, який може спричинити певні зміни, визначити їх. Ю. Лопатинський та С. Тодорюк, розглядають детермінанти сталого розвитку з двох позицій: з одного боку, як умови, причини, фактори, від яких цей розвиток залежить, з іншого – як елементи та складники розвитку [31]. На нашу думку, останній підхід можна застосовувати і у контексті забезпечення міжнародної економічної безпеки країни. Оскільки саме детермінанти визначають перебіг процесів та певні явища, викликають їх. Самі ж детермінанти породжуються суперечностями, які можуть бути загальними (універсальними), індивідуальними. Загальні суперечності виникають через неспівпадіння між потребами та можливостями їх задоволення, а також виникають між системою та її середовищем.

Щодо видів детермінантів, то різні науковці підходять до їх класифікації по-різному. Деякі автори [188] розрізняють абстрактні та конкретні детермінанти. Абстрактними є детермінанти, що ґрунтуються на теоретичних, безпосередньо не пов'язаних із практикою і досвідом міркуваннях. Вони позбавлені конкретності, предметної визначеності та реальності. Конкретні детермінанти існують як вияв чогось реального, предметно визначеного, тісно пов'язаного з реальним життям та практикою. Крім абстрактних та конкретних детермінант науковцями розглядаються об'єктивні та суб'єктивні детермінанти. Об'єктивними виступають детермінанти, які не залежать від конкретного суб'єкта пізнання. Незважаючи на їх відстороненість від певного суб'єкта пізнання, їх ігнорування є неприпустимим, адже викликати викривлення уявлень про умови та фактори розвитку. Суб'єктивні детермінанти перебувають у прямій і безпосередній залежності від об'єктивних, визначаючи внутрішню логіку розвитку та саморозвитку.

С. Коврига також наголошує на доцільності застосування поділу детермінант на суб'єктивні та об'єктивні як найзагальнішої

класифікації. За її твердженням, об'єктивні детермінанти визначаються умовами, в яких протікає діяльність, і наслідками, які вона викликає [31]. Суб'єктивні фактори включають у себе сенс цієї діяльності, знання суб'єкта про засоби, способи та умови досягнення поставленої мети.

За сферами відносин у суспільстві С. Коврига зазначає, що детермінанти можна поділити на економічні, соціальні, духовні (культурницькі), правові тощо. Дещо по-іншому до класифікації детермінант підходять Ю. Лопатинський та С. Тодорюк. Науковці вважали за потрібне виокремити дві укрупнені групи детермінант, а саме: базисні детермінанти (економічні, соціальні, екологічні, інституційні); доповнюючі детермінанти (інформаційні, технікотехнологічні, організаційні та ін.) [188]. Також до детермінант забезпечення можуть бути застосовані такі класифікаційні ознаки: «керованість», «середовище функціонування», «характер впливу», «пріоритет», «спосіб впливу» та «спосіб вимірювання». За ознакою керованості детермінанти розподіляються на керовані та некеровані. Так, керованими можна вважати лише детермінанти, на які можна вплинути. Щодо некерованих детермінант, то на них вплинути неможливо або цей вплив є незначним. Залежно від середовища функціонування передбачено поділ детермінант на внутрішні, породжені суб'єктами (внутрішніми індивідуальними суперечностями), та зовнішні, спричинені зовнішніми відносно суб'єкта факторами (зовнішніми суперечностями). Розглядаючи детермінанти за класифікаційною ознакою характер впливу, то вона дає змогу виокремити детермінанти стимулюючого та дестимулюючого характеру. Дробот С.А. наводить однакову класифікацію детермінант за пріоритетом, яка дає змогу розподілити детермінанти на пріоритетні для інвесторів, пріоритетні для підприємств галузі, пріоритетні для держави, пріоритетні для наддержавного утворення.

Ще однією ознакою для класифікації детермінант, є їх поділ залежно від способу вимірювання, який передбачає розподіл детермінант на ті, що можна виміряти об'єктивно на основі кількісних оцінок та суб'єктивно із застосуванням експертних методів.

За класифікаційною ознакою способу впливу детермінанти розподіляють на ті, що впливають на рівні окремого підприємства, на рівні кластера, на рівні органу управління галуззю тощо. На думку Дробота С.А., цю класифікацію варто дещо видозмінити, представивши у вигляді розподілу детермінант на такі види: діючі на макрорівні, мезорівні та мікрорівні. При цьому доцільніше вико-

ристати класифікаційну ознаку, що більш відповідає видозміненій класифікації, а саме «поширення впливу».

Бойко Т. В. вважає, що стосовно детермінантів розвитку доцільно доповнити перелік класифікаційних ознак такими: по-перше, за належністю до типів розвитку пропонується розрізняти: – детермінанти факторно-орієнтованого розвитку; детермінанти інвестиційно орієнтованого розвитку; детермінанти інноваційно-орієнтованого розвитку. По-друге, за підпорядкованістю певним типам управління: поточні детермінанти – детермінанти, які впливають на вирішення завдань поточного управління; стратегічні детермінанти – детермінанти, вплив яких орієнтований на вирішення завдань стратегічного управління [25].

Для визначення детермінант, що впливають на стан міжнародної економічної безпеки найчастіше використовуються підходи, які пропонуються міжнародними організаціями. Так, зокрема, Всесвітній економічний форум (ВЕФ), щорічно публікує аналітичні звіти стосовно глобальних ризиків [192], визначення яких дозволяє систематизувати основні детермінанти впливу на міжнародну економічну безпеку за категоріями у таблиці 3.1.

Експертами британського журналу «The Economist» складено рейтинг загроз світовій економіці. У доповіді зазначено, що перспективи світової економіки погіршуються. Експерти «The Economist» вважають, що в 2019 р. темпи її зростання сповільняться до 2,8 % (у 2018 р. приріст склав 2,9 %), а в 2020 р. – до 2,6 %.

У реальності темпи зростання можуть виявитися навіть нижче прогнозованих, попереджає «The Economist». На думку експертів, до такого результату може привести реалізація кількох ризикових сценаріїв: конфлікт між США і КНР, торгові конфлікти, уповільнення розвитку економіки США.

Найбільш серйозною загрозою світовій економіці експерти вважають можливість переростання конфлікту між США і Китаєм у повномасштабну торговельну війну. Ризик такого результату експерти назвали помірним (інтенсивність ризику – 15 балів), зазначивши, що реалізація такого результату буде мати вкрай важкі наслідки. На думку експертів, у разі домовленості в ході переговорів влади США і Китаю, є можливість уникнення ескалації конфлікту. Однак автор [30] припускає, що навіть в разі укладення угоди ризики збережуться, бо будь-яка угода не зможе примусити Китай до такого реформування торговельного балансу, якого домагаються США.

Таблиця 3.1

Детермінанти міжнародної економічної безпеки країни*

За напрямом впливу	За функціональним спрямуванням
<i>Економічні детермінанти</i>	
Зовнішні	Фіскальні кризи. Безробіття або неповна зайнятість. «Мильні бульбашки» у великій економіці. Зрив фінансового механізму чи установи. Дефляція. Некерована інфляція. Стрімке зростання цін на енергетичні ресурси. Незаконна торгівля
Внутрішні	Надвисокий рівень тіньового сектору. Дефіцит державного бюджету і державного боргу. Енергетична залежність країни. Конкурентоспроможність національної економіки на внутрішньому і зовнішньому ринках
<i>Екологічні детермінанти</i>	
Зовнішні	Екстремальні погодні події. Невдача щодо пом'якшення кліматичних змін та адаптації. Втрата біорізноманіття та крах екосистеми. Стихійні лиха. Техногенні катастрофи
Внутрішні	Вичерпання природних ресурсів. Погіршення стану довкілля
<i>Геополітичні детермінанти</i>	
Зовнішні	Невдача регіонального чи глобального управління. Зрив національного управління. Державні крахи або кризи
Внутрішні	Міждержавні конфлікти. Терористичні атаки. Зброя масового знищення
<i>Соціальні детермінанти</i>	
Зовнішні	Масштабна вимушена міграція. Поглиблення соціальної нестабільності. Продовольчі кризи. Поширення інфекційних захворювань. Надмірна урбанізація
Внутрішні	Якість життя. Ступінь диференціації доходів. Відсутність мінімальних соціальних гарантій у незахищених верств населення (пенсіонери, діти). Зростання частки населення з доходами, нижчими за прожитковий мінімум у регіоні
<i>Технологічні детермінанти</i>	
Зовнішні і внутрішні	Кібератаки. Побічні наслідки технологічного прогресу. Шахрайство або крадіжка даних. Критичний зрив інформаційної інфраструктури

* розроблено авторами за [25, 31, 50, 188]

До детермінант впливу на міжнародну економічну безпеку можна також віднести торгові конфлікти, які за переконанням [50] в найближчі роки будуть загострюватися і на інших територіях та в інших регіонах, що призведе до скорочення обсягів глобальної торгівлі і, як наслідок, матиме серйозний вплив на інфляцію, настрої у ділових колах, настрої споживачів і зрештою на глобальне економічне зростання. Можна зазначити, що існує імовірність введення деякими країнами масштабних імпорتنих мит і субсидування місцевих виробників для боротьби з міжнародним протекціонізмом.

Згідно з базовим прогнозом «The Economist», у найближчі два роки економіці США вдасться уникнути глибокої рецесії, хоча зростання ВВП країни сповільниться в 2019 р. до 2,3 %, а в 2020 р. – до 1,5 %. Проте, експерти попереджають, що спад може виявитися набагато сильнішим через уразливість фінансового сектора США. Через довготривалий період наднизьких процентних ставок корпоративний борг зріс майже до 47 % від ВВП, що перевищує максимум, досягнутий в ході світової фінансової кризи 2008–2009 рр. Крім того, знизилася якість боргу – більше половини корпоративного боргу США має рейтинг BBB (найнижчий інвестиційний рівень), а близько 60 % кредитів видано без угод про обслуговування. Уповільнення економіки США, на думку експертів, може привести до зростання числа компаній, що скорочують обсяг інвестицій і чисельність персоналу і в той же час зазнають труднощів з погашенням боргів, а також до переоцінки їх рейтингів, що спонукатиме інвесторів скорочувати вкладення. Реалізація такого сценарію (його ризик в «The Economist» оцінюють як помірний – інтенсивність 12 балів, але можливі наслідки оцінюються як важкі) значно погіршить уповільнення світової економіки, з огляду на те, що багато країн постраждають від спаду попиту на їх товари в США і ослаблення потоку інвестицій.

Аналітики агентства Moody's вважають, що причиною наступної кризи в США можуть стати швидкозростаючі ризикові борги нефінансових компаній.

Експерти відзначають, що в 2018 р. економіки багатьох країн, що розвиваються постраждали від валютних криз. У найближчій перспективі можливою є широкомасштабна криза на ринках, що розвиваються, яка може виникнути через нові труднощі в державах, економіки яких вже нестійкі через власні проблеми, а також внаслідок ескалації торгової війни між США і Китаєм, відтоку іноземних інвесторів через переростання валютних криз в

Аргентині і Туреччині в повномасштабні банківські кризи на тлі зростання вартості запозичень в іноземній валюті.

Водночас відтік капіталу з країн з ринком, що розвивається може змусити країни з зовнішніми дисбалансами піти на жорсткі заходи, а найбільш вразливі з них опиняться в глибокій кризі. ВВП ринків, що розвиваються різко впаде, що позначиться і на світовій економіці та вплине на стан економічної безпеки багатьох країн.

Імовірність обвалу економіки КНР (у 2018 р. її ВВП, за попередніми оцінками, зріс на лише 6,6 %, що стало найгіршим результатом за 28 років) експерти вважають малоімовірним (інтенсивність ризику – 10 балів). Найбільш вразливим місцем економіки КНР в «The Economist» вважають обсяг внутрішніх кредитів, що перевищує 230 % ВВП.

Експерти також попереджають, що якщо влада Китаю не зможе зупинити уповільнення темпів економічного зростання, це призведе до різкого зниження світових цін на сировину, особливо на метали, що негативно вплине на країни Латинської Америки, Близького Сходу і Африки. З огляду на зростаючу залежність західних виробників і ритейлерів від попиту в Китаї і на інших ринках, що розвиваються, уповільнення економічного зростання в Китаї буде мати серйозні глобальні наслідки.

Таким чином, до Топ-10 детермінант сучасного стану міжнародної економічної безпеки можна віднести: різке підвищення цін на нафту в результаті виникнення дефіциту поставок; початок військових дій через суперечки про приналежність островів у Південно-Китайському морі – архіпелаг Спратлі (на нього претендують Китай, В'єтнам, Тайвань, Малайзія, Філіппіни і Бруней), Парасельські острови (претендують КНР, Тайвань і В'єтнам) і рифи Скарборо (претендують КНР, Тайвань і Філіппіни); нанесення серйозної шкоди великим сегментам інтернету в результаті кібератак; початок військових дій на Корейському півострові; вихід Великої Британії зі складу Євросоюзу без угоди (no-deal Brexit); початок банківської кризи в Італії через політичну та фінансову нестабільність у країні [50]. Відповідно до дослідження МВФ, світовій економіці загрожує нова Велика депресія через загальну нерівність та нестабільність фінансового сектору.

Нині у світі спостерігається тренд, подібний до ситуації 1920-х років, які закінчилися крахом ринків в 1929 р. За дослідженням, за останні 20 років нерівності між країнами стало менше,

проте розрив між громадянами всередині однієї країни став набагато помітнішим.

У Великій Британії, наприклад, 10 % найбільш забезпечених громадян мають стільки ж багатства, скільки 50 % найбідніших. Ця ситуація спостерігається практично в кожній країні Організації економічного співробітництва і розвитку, де розрив між найбагатшими і найбіднішими верствами досяг або близький до рекордного. Цей тренд нагадує ситуацію, яка відбувалася на початку ХХ ст., коли технології і укрупнення підприємств привели до процвітання, до епохи «ревичих 20-х», а в підсумку до фінансової кризи.

Надмірне зростання нерівності грає на руку популістам, що загрожує політичними переворотами. Кліматичні проблеми і торговий протекціонізм означають ще більшу фінансову волатильність і соціальну нестабільність в майбутньому. Виходячи з того, що суб'єктно-об'єктні відношення економічної безпеки реалізуються на декількох рівнях ієрархії можна виокремити детермінанти впливу за різними рівнями, які представлено у таблиці 3.2.

Поряд із виникненням і формуванням нових джерел та умов розвитку глобалізація створює виклики, загрози економічній безпеці держави. В сучасних умовах без їх врахування неможливо забезпечити стабільний розвиток і конкурентоспроможність національної економіки будь-якої країни.

Поділ загроз на внутрішні і зовнішні з пріоритетністю внутрішніх, не виключає їх спрямованість на захист, насамперед, національних інтересів. Варто погодитись із [50] щодо загрози безпеки викликані не лише економічним розвитком, а й суб'єктивно-функціональними загрозами внаслідок недоліків регулювання і недосконалості стратегії реформ, поширення корупційних проявів, тінізації економіки. До внутрішніх детермінант доцільно віднести загроз мікро- та мезоекономічного рівня системної ієрархії, усі інші – до зовнішніх. Внутрішні детермінанти виникають під впливом поточного стану економіки країни або регіону. Якщо в регіоні чи загалом у країні відсутня політика, спрямована на ефективний розвиток виробничої та соціальної сфери, при цьому загострені економічні, політичні, екологічні проблеми, то існує імовірність впливу детермінант, дестабілізації національної та регіональної економіки.

Джерелами зовнішніх загроз міжнародної безпеки країни нестабільність світової фінансової системи, яка супроводжується незбалансованістю світової торгівлі та інвестиційних потоків між найбільшими економічними центрами світу; розширення світових

ринків для певних видів продукції, товарів і послуг (у таких умовах виникає проблема збереження переваг глобальних ринків з метою забезпечення достатнього простору для розвитку ресурсів національних ринків.

Таблиця 3.2

Ієрархія рівнів та структурні компоненти економічної безпеки в сучасних умовах просторової структури світового господарства*

Таксономічний рівень	Рівень регіону	Економічна безпека		Детермінанти
		Структурний компонент	Об'єкт захист	
Глобальний	Глобальні (метарегіони)	Глобальна економічна безпека	Світовий економічний порядок, сталий розвиток	Зовнішні
Наднаціональний	Мега регіони	Міжнародна економічна безпека	Економіка та інтереси інтеграційного об'єднання	
Міждержавний	Макрорегіон	Зовнішньо-економічна безпека	Національна економіка, економіка окремих суб'єктів ЗЕД	
Державний	Макрорегіони	Національна економічна безпека	Національна економіка, національні інтереси	
Внутрішньо-державний	Мезорегіони	Економічна безпека регіонів, міст	Економіка міста, економіка регіону	внутрішні
	Мікрорегіони	Економічна безпека суб'єкта господарювання	Економіка підприємства, установи, організації	
Базовий	Макро-, мезо-, мікрорегіони	Безпека особистості	Людина та її потреби	

* розроблено авторами за [97]

Таким чином, розширення світових ринків окремої продукції в умовах глобалізації, з одного боку, має приносити економічну вигоду країні, з другого – є викликом глобалізації, що може спричинити загрозу економічній безпеці); Поширення кризових явищ у світовій економіці; експансія передових країн світу (глобалізація

посилює вплив зовнішніх факторів розвитку. Особливо відчувають зовнішній вплив викликів глобалізації країни з перехідною економікою. Часто це супроводжується тим, що високорозвинуті країни безперешкодно потрапляють на ринки найбільш слабких країн, руйнуючи місцеву промисловість і експортуючи чужі соціокультурні цінності). Джерелами зовнішньоекономічної безпеки є, насамперед, внутрішні джерела: низький рівень ефективності економіки, конкурентоспроможності промисловості, негативні тенденції соціально-економічного розвитку тощо. На макроекономічному рівні до джерел загроз належать відсутність єдиної структурної політики, недосконалість фінансово-бюджетної системи, вичерпанні природних ресурсів і погіршенні стану довкілля, криміналізації економіки та ін.

До головних зовнішніх загроз належать: імпортна залежність України з багатьох видів продукції, включаючи стратегічні товари, енергоносії, комплектуючі вироби для машинобудування, продовольчі товари; нераціональна структура експорту; перебування в зародковому стані фінансової, організаційної та інформаційної інфраструктури підтримки конкурентоспроможності українського експорту; некерований відтік за кордон інтелектуальних і трудових ресурсів; недостатній експортний та валютний контроль і недосконалість митної політики; слабка розвиненість транспортної інфраструктури зовнішньоекономічних стосунків [31, с. 69].

До внутрішніх загроз економічній безпеці України слід віднести: низький технологічний рівень більшості галузей, високі витрати виробництва, низьку якість продукції і, як наслідок, низьку конкурентоспроможність національної економіки; втрату значної частини науково-технічного потенціалу, позицій на важливих напрямках науково-технічного прогресу; деформовану структуру виробництва; руйнування системи відтворення виробничого потенціалу; неефективність державного управління соціально-економічними процесами та ін. [31, с. 69].

Щодо структури міжнародної економічної безпеки країни, то тут варто розрізняти безпосередньо елементи системи міжнародної безпеки країни і елементи її функціонального забезпечення. Так, до останніх, зокрема, можна віднести митну безпеку, експортну та імпорتنу безпеку тощо. Тобто це ті елементи за допомогою яких досягається, забезпечується той чи інший рівень міжнародної безпеки держави. Разом з тим, кожна із вказаних безпек має свою власну структуру, методи забезпечення, оцінювання або вимірювання, управління тощо.

Русійна сила – те, що спонукає до чого-небудь, сприяє зростанню, розвиткові чогось. Саме тому, вважаємо, що економічний інтерес і є тією русійною силою, яка лежить в основі економічної безпеки країни загалом і міжнародної економічної безпеки, зокрема.

Відповідно до Закону України «Про національну безпеку України», національні інтереси України – життєво важливі інтереси людини, суспільства і держави, реалізація яких забезпечує державний суверенітет України, її прогресивний демократичний розвиток, а також безпечні умови життєдіяльності і добробут її громадян [174].

На думку Шагоян С. М., економічний інтерес – це об'єктивна категорія, що виражає відносини економічних суб'єктів із приводу задоволення економічних потреб, що реалізуються в процесі використання обмежених економічних ресурсів [234]. Носієм загальнонаціональних інтересів є держава, безпосередній інтерес якої складається, насамперед, з одержання прибутку, оскільки останній служить джерелом розширеного відтворення і сприяє цілям сучасного економічного розвитку, а також із рішення цілого комплексу соціальних, політичних, екологічних проблем, вирішення яких не може обмежуватися національними рамками.

Економічний інтерес у сфері міждержавних відносин у теоретичному аспекті успадковує ті ж самі принципові риси і зміст, що і у внутрішньо національному плані. У міждержавній сфері національно-економічні інтереси виступають як загальнонаціональний (інтегрований) інтерес, як рівнодіюча нерідко суперечливих інтересів соціальних груп, політичних партій, державних органів усередині країни.

Таким чином, національно-економічні інтереси країни – це складна, комплексна сукупність різнорідних потреб і вимог, обумовлених як внутрішніми задачами економічного розвитку країни, так і її положенням у системі міжнародних економічних відносин. Економічні інтереси нації одержують своє відображення в зовнішньоекономічній (зовнішньополітичній) концепції, у вигляді комплексу принципових установок з оцінки місця і ролі країни в системі міжнародних відносин, за її поводженням відносно своїх партнерів, перспективними і поточними задачами її зовнішніх зв'язків тощо.

В умовах глобалізації, розгортання інтеграційних процесів, науково-технічного прогресу, подальшого поглиблення міжнародного поділу праці та постбіполярного переформатування світового простору посилюється господарська взаємодія між суб'єктами геоekonomіки. На інтернаціональному рівні відбувається реалізація

системи інтересів гео економічних суб'єктів щодо використання існуючих ресурсів, створення та поширення благ, освоєння спільними зусиллями об'єктів регіональної, міжнародної та глобальної виробничої інфраструктури, фінансового обслуговування цих процесів та отримання відповідних зисків.

Міжнародні організації, хоча і не мають певної територіальної приналежності, водночас активно намагаються впливати на весь спектр гео економічних і геополітичних відносин у світовому просторі. Інтереси кожного з таких утворень є специфічними залежно від сфери, відносини в якій вони регулюють відповідно до нагальних потреб. Але в цілому інтерес будь-якої міжнародної організації полягає в задоволенні потреб її учасників, що реалізується через спільні дії, угоди, тощо.

Виявлення суті інтересів гео економічних суб'єктів та пошук шляхів їх узгодження в умовах сучасних глобальних трансформацій є досить важливою та актуальною проблемою. Суперечності між інтересами різних суб'єктів – це стимул прискорення змін у гео економічному просторі, а напрацювання принципів оптимального поєднання інтересів окремих суб'єктів гео економіки, їх гармонізації є одним з основних завдань сучасної економічної науки і практики [100].

Взаємодія інтересів є основним змістом економічного життя як окремого суспільства, так і гео економіки в цілому. Різновекторна спрямованість економічних інтересів, пошук шляхів їх узгодження і реалізації є внутрішнім джерелом розвитку будь-якої економічної системи, її трансформації як на мікро-, макро-, так і на міжнародному рівні. Водночас, напрям цього розвитку задається безпосередньо економічним змістом самих інтересів. Економічні відносини, як реалізація інтересів, виникають на рівні окремих фізичних і юридичних осіб, держав, регіональних угруповань та наднаціональних інститутів – міжнародних організацій, що в сукупності є головними суб'єктами гео економіки. Діяльність учасників гео економіки можна вивчати крізь призму специфіки тих чи інших інтересів, якими вони керуються [41].

Фейгін Г.Ф. констатує, що на сучасному етапі розвитку світового господарства економічні системи незалежних держав функціонують як відносно самостійні утворення, а державні органи управління передусім дбають про національні інтереси [220, с. 11–12]. Отже, одними з основних суб'єктів гео економіки, є окремі країни. Інтереси держави як розпорядника всіх ресурсів, що перебувають у

її власності, пов'язані із задоволенням суспільних потреб, забезпеченням економічної безпеки країни. У довгостроковій перспективі ці інтереси полягають в стабілізації державою оптимальних темпів економічного зростання і забезпеченні на цьому ґрунті зростання життєвого рівня всього населення.

Параметри національного інтересу визначаються загальною геополітичною картиною світу і ціннісною системою, що панує в конкретному суспільстві та державі. Оригінальне трактування категорії «національний інтерес» запропонував Г. Морґентау. На його думку, «національний інтерес» містить два основні елементи: центральний (постійний) і другорядний (мінливий). Центральний інтерес складається з трьох чинників: природи інтересу, який повинен бути захищений, політичного оточення, в якому діє інтерес, і раціональної необхідності, що обмежує вибір цілей і засобів. Другорядний елемент є конкретною формою, якої справжній «національний інтерес» набуває у просторі та часі [263].

В контексті забезпечення досягнення інтересів держави, Ю. Кукулка розрізняє такі цілі:

- екзистенційні – прагнення гарантувати собі територіальну цілісність, безпеку, ідентичність, умови для сталого розвитку, адаптацію до процесів та явищ міжнародного середовища;
- коекзистенційні – взаємодія з іншими державами, співіснування та співробітництво, взаємність позики та користі, нормативізація їх стосунків;
- функціональні – прагнення до ефективності та гнучкості, здатності до змін та інноваційності в діях [124].

Отже, національні інтереси реалізуються через діяльність, спрямовану на формування загальної економічної та політичної стратегії, у межах якої міжнаціональні інтереси узгоджуються через певні механізми, зокрема компроміси, угоди, торги тощо, результатом яких є високий рівень міжнародної економічної безпеки. Результатом цього є досягнення добробуту населення, вирішення економічних проблем, забезпечення ефективного розвитку економіки та економічного зростання за рахунок зовнішньоекономічної експансії. Особливого значення реалізація цих інтересів набуває в умовах глобалізації, коли розвиток економіки країни залежить від негативних і позитивних впливів світових процесів.

На думку А. Румянцева, за критерієм напряму реалізації інтереси можна поділити на національні, тобто ті, що здійснюються в межах певної країни та за рахунок власних ресурсних можли-

ностей, і міжнародні. Реалізація останніх має відбуватися за допомогою господарського потенціалу зацікавлених у взаємовигідному співробітництві суб'єктів міжнародної економіки [186]. До них належать наднаціональні організації, регіональні інтеграційні об'єднання, цілями створення або історичного розвитку яких є реалізація власних економічних інтересів на основі використовуваних ресурсів.

Економічний інтерес території або регіону як власника місцевих ресурсів полягає у виявленні та ефективній експлуатації ресурсів і умов, які притаманні цьому регіону. За умов «рідкості» цих ресурсів, вони перетворюються на рентоутворюючий фактор і приносять реальний дохід регіону. А. Криловський зауважує, що критерієм реалізації інтересів території як власника місцевих ресурсів може бути ефективність їх використання [120]. Отже, регіональні інтеграційні об'єднання сьогодні є не лише одним з потужних гео економічних суб'єктів, а й впливають на розподіл влади та геополітичної сили у світі через раціональне використання належних їм територіям ресурсів, а відтак на захист інтересів і рівень міжнародної економічної безпеки кожного із суб'єктів.

Характеризуючи економічні інтереси в системі рушійних факторів гео економічних трансформацій слід зауважити, що структуру світового господарства загалом і міжнародних економічних відносин формує суперечлива система цих інтересів. Проблема суперечностей – одне з найбільш складних питань економічної теорії і практики. В науковій літературі існує безліч визначень поняття суперечностей. На наш погляд, досить точно відображає їх суть таке: суперечності – це відносини між сторонами, властивостями, тенденціями предмета, коли вони взаємно визначають і взаємно заперечують один одного [45] (див. рис. 3.3).

В основі протиріччя інтересів лежить весь спектр суперечностей, що властиві економічним відносинам, які персоніфікуються та проявляються саме на рівні тих чи інших суб'єктів гео економіки. Інтереси різних суб'єктів найчастіше вступають в суперечність, і ймовірність реалізації кожного з них буде залежати від сили впливу кожного з них. За наявності суперечностей виникає необхідність їх вирішення. При взаємодії інтересів всіх суб'єктів може бути досягнутий синергетичний ефект, який може стати базою для розвитку, якісних перетворень. Якщо інтереси поєднуються, тоді будуть вигравати всі. У цьому випадку потрібна координація дій учасників, зведення до мінімуму проявів полярних інтересів і спрямування зусиль на досягнення загальних цілей, цінностей.

Таблиця 3.3

Економічні інтереси у системі геоeкономіки*

Економічний інтерес	Мета	Ієрархія економічних інтересів
<i>Транснаціональні корпорації</i>		
Максимізація прибутку, використання міжнародних ресурсів та розширення власної присутності у світовій економіці	Економічна безпека підприємства, корпорації	Мікрорівень (корпоративний)
<i>Національні економіки</i>		
Максимізація добробуту населення, розвиток економіки країни, її окремих галузей, розширення сфери світового економічного впливу	Національний економічний суверенітет, міжнародна економічна безпека країни	Національний рівень
<i>Інтеграційні угруповання</i>		
Реалізація інтересів засновників через використання регіональних ресурсів	Економічна безпека регіонального утворення	Міждержавний рівень
<i>Міжнародні організації</i>		
Реалізація інтересів засновників через використання світових ресурсів	Глобальна економічна безпека	Глобальний рівень

*розроблено авторами

Вольферс А. вважає, що сама безпека є цінністю поряд з іншими цінностями національної держави [287], вона виступає разом збереження та підтримки національних цінностей у розумінні забезпечення добробуту та економічного розвитку.

Інтегральне оцінювання стану економічної безпеки держави: світовий досвід. Важливою проблемою у забезпеченні міжнародної економічної безпеки країни є її оцінювання, необхідність визначення граничних значень індикаторів з метою застосування дієвих методів виявлення критичних точок розвитку та регулювання відтворювального процесу; відображення критерію безпеки економічного суб'єкту у прогнозах і стратегіях розвитку держави. Проте, тут виникають питання щодо можливості проведення оцінки і її достовірності, адже серед ознак економічних систем можна вказати ряд таких, що не можуть бути вимірянні безпосередньо, а про їх

рівень судять опосередковано, за величиною факторів-симптомів, які проявляються у вигляді звичайних показників. Ці ознаки називають латентними (лат. latent – прихований). Це пояснюється тим, що вони є невимірюваними.

Вимірювання дозволяє перевести відмінності між ознаками у відомі категорії, числа, і будь-яка вимірювальна процедура, в кінцевому рахунку, обов'язково має закінчитися числом. Проте, число, приписане ознаці, ще ні про що не свідчить, якщо не відомі правила, за якими відбувалося це приписування. Число набуває сенс тільки в тому випадку, якщо відома система, в якій відбувалося вимірювання. Тобто вимірювання – це процедура, за допомогою якої вимірюваний об'єкт порівнюється з деяким еталоном і отримує числове вираження у певній системі – шкалі [243].

Під шкалою розуміють знакову систему, для якої задано деяке однозначне відображення, що ставить у відповідність реальним об'єктам той чи інший елемент шкали. Процес шкалювання полягає в конструюванні шкали за певними правилами і включає в себе два основні етапи. На першому етапі здійснюється збір даних, на другому – їх обробка та аналіз, за результатами якого вибудовується оціночна шкала [136]. Вимірювання він розумів як процес співвідношення емпіричної системи з деякою числовою системою. Стівенс висунув чотири типи таких числових систем, які зумовили чотири відповідні шкали вимірювання: шкала найменувань (номінальна шкала); шкала порядку (порядкова або ординальна); шкала інтервалів (абсолютна); шкала відносин (пропорційна).

Головною метою оцінки латентної ознаки економічних об'єктів є одержання достовірної інформації для прийняття рішень, корегування концепції розвитку даної прихованої властивості і зміну стратегії в цьому напрямі діяльності тощо [244]

Поточна міжнародна ситуація обумовлює необхідність розробки нових підходів до оцінювання стану міжнародної економічної безпеки. Незважаючи на наявність значної кількості публікацій цілий ряд питань у цій сфері комплексної оцінки залишається як і раніше недостатньо розробленим. Провідною складовою національної безпеки є економічна безпека; вона відбиває причинно-наслідковий зв'язок між економічною могутністю країни, її військово-економічним потенціалом і національною безпекою [2].

У науковій літературі можна виділити два основних підходи аналізу економічної безпеки. Перший з них пов'язаний з аналізом ряду окремих індикаторів, кожен з яких дає можливість

більш детального аналізу як окремих аспектів розвитку системи, так і її стану в цілому. Інший поширений підхід дослідження економічної безпеки заснований на розробці агрегованих індикаторів (індексів) [144].

В Україні застосовується термін «інтегральний індекс» економічної безпеки. В інших країнах подібні індикатори мають різні назви – інтегральний показник надійності країни, індекс комплексної національної сили, глобальний індекс національної міцності, але ці показники є більш широкими і включають в себе не тільки економічну, але й воєнну складову.

Підходи до оцінювання економічної безпеки у США та Європі. У сучасних підходах США до економічної безпеки (після глобальної кризи) почали виділятися внутрішнє і зовнішнє економічні простори їх функціонування. Внутрішня безпека чітко ув'язується з відповідальністю уряду. Зовнішня, зокрема зовнішньоекономічна безпека, ув'язується не тільки з відповідальністю тих чи інших урядових органів, а й приватних компаній і організацій, а також з відповідальністю кожного члена американського суспільства. Американська стратегія безпеки покликана захистити власні економічні інтереси від зовнішніх загроз.

Ключовими в забезпеченні економічної безпеки США вважають наступні цілі:

- підвищення конкурентоспроможності американських товарів на внутрішньому й зовнішньому ринках;
- скорочення залежності країни від іноземних позик;
- зміцнення її можливості виконувати міжнародні зобов'язання в торгово-економічній та інших галузях [87].

Американський підхід до розуміння національної економічної безпеки є домінуючим у всіх сучасних розвинених країнах. У них нині питання національної економічної безпеки розглядаються головним чином як захищеність національної економіки від зовнішніх загроз. Що стосується внутрішніх загроз, то вони визнаються, але вважаються другорядними [230].

У Великій Британії політика у сфері забезпечення економічної безпеки тісно пов'язана з оборонною політикою: вона базується на оцінках національних інтересів і реалізуються через їх захист. Під «національними інтересами» у сфері економіки розуміють народногосподарські інтереси всього суспільства в цілому, які мають пріоритет по відношенню до інших форм суспільних інтересів [249].

Досвід країн Західної Європи (Нідерланди, Бельгія, Данія, Люксембург, Швейцарія) щодо забезпечення економічної безпеки показує, що їх основною стратегічною метою у сфері захисту національних економічних інтересів є забезпечення стійкого економічного зростання і модернізації економіки залежно від умов конкурентної боротьби на світовому ринку [96].

Польща, Словаччина, Чехія і країни Прибалтики ще на початку 1990-х років обрали схожу модель забезпечення економічної безпеки, яка включала наступні дії: оцінку геополітичної ситуації в регіоні; визначення вектора та стратегії розвитку; побудову і реалізацію моделі поведінки, у тому числі у сфері економіки, згідно з домінуючими тенденціями регіонального та світового еволюційного процесу; співвідношення базових кількісних показників розвитку зі світовими та регіональними стандартами; корекцію курсу економічних реформ [106].

Англійський журнал «Euromoney» публікує інтегральний показник надійності країни (ІПНК), який найбільше відповідає поняттю економічної небезпеки, показник розраховується і публікується кожних пів року [255]. Він вимірюється в інтервалі від 0 до 100 і спочатку являв собою середньозважену суму оцінок дев'яти часткових індикаторів, зараз – шести, що розраховуються як середньозважена сума окремих значень первинних показників (як правило, десяти), які обчислюються на основі експертних оцінок в інтервалі від 0 до 10 (10 – найгірша оцінка) або розрахунково-аналітичним шляхом.

Фірма “BERI”, на відміну від методики інтегральної оцінки журналу “Euromoney”, в методиці ризику країни показує рівень економічної ненадійності країни [155]. Ця методика заснована на експертних оцінках за 11-ма частковими показниками, кожен з яких має питому вагу із загальною сумою 100 і варіанти значень: «дуже добре», «добре», «задовільно», «погано».

Підходи до оцінювання економічної безпеки в Україні В Україні розроблено досить значну кількість підходів до оцінювання стану економічної безпеки. Зокрема, виділялася зовнішньоекономічна безпека та внутрішні складові економічної безпеки, до яких відносилися: сировинно-ресурсна, енергетична, фінансова, воєнно-економічна, інформаційна, технологічна, продовольча, соціальна, демографічна, екологічна безпека та тіньова економіка.

Переважає більшість інших підходів до оцінки стану економічної безпеки, представлених в Україні, передбачають комп-

лексний якісний, але не кількісний підхід. Виділяються показники, які, на думку авторів, характеризують економічну безпеку, без розрахунку узагальнених кількісних характеристик.

Підхід інституту економіки промисловості [69] передбачає, що за результатами експертних опитувань, проведених фахівцями ІЕП НАН України, для кожного індикатора економічної безпеки визначено порогові значення, які оцінювалися за допомогою статистичних характеристик розподілу відповідей: медіанне значення ідентифікується як порогове, а перший та третій квартилі, відповідно, як нижнє та верхнє порогове значення.

Розроблена методика побудови інтегрального показника економічної безпеки базується на експертній оцінці вагомості визначених складових, які характеризують 14 аспектів економічної безпеки держави, співвідношенні фактичних рівнів індикаторів та їх порогових значень з урахуванням напрямків впливу на стан економічної безпеки. Для визначення вагових коефіцієнтів було проведене експертне опитування фахівців з проблем економічної безпеки. Експерти методом попарних порівнянь оцінювали значимість кожного структурного елементу забезпечення економічної безпеки. На базі цих оцінок розроблено відповідні вагові коефіцієнти індикаторів.

Ще одним є комплексний якісний підхід до оцінки стану економічної безпеки, що його було реалізовано в методичних рекомендаціях Ради Національної безпеки України щодо оцінки стану економічної безпеки України. Методичні рекомендації фахівців розробили методику, яка передбачає розрахунок 22 показників економічної безпеки та їх порівняння з установленими пороговими значеннями. Стосовно запропонованого переліку показників, слід відзначити, що він, як і у випадку попередньо розглянутої методики, відповідає актуальним соціально-політичним та економічним тенденціям вітчизняного суспільства на момент розроблення рекомендацій. У них викладено загальні принципи оцінки рівня економічної безпеки держави, проаналізовано стан найважливіших складових економічної безпеки інвестиційної, інноваційної, фінансової, енергетичної, зовнішньоторговельної, окремих аспектів соціальної та демографічної безпеки тощо. Зокрема, було проведено моніторинг найбільш важливих показників економічної безпеки, визначено порогові значення для оцінки рівня окремих складових економічної безпеки [207].

Інститут економічного прогнозування НАН України [78] розробив власний підхід, розглянувши комплексно усі складові еко-

номічної безпеки і зробивши певні узагальнюючі висновки. Зокрема, були розраховані індикатори економічної безпеки України за 1991–1998 рр. та динаміка їх відносних рівнів (рівень кожної групи індикаторів у 1991 р. умовно приймався за 100, а далі змінювався відповідно до динаміки економічних та соціальних процесів). Побудована динаміка інтегрального рівня економічної безпеки України. Це була спроба розробки кількісного підходу саме як інтегрального оцінювання. Варто зауважити, що розроблені методики не були універсальними, тобто пріоритет внутрішніх аспектів гарантування економічної безпеки України є характерним для досліджень вітчизняних науковців періоду. Події останніх років, засвідчують деструктивний вплив непередбачуваних ментальних конфліктів (внутрішні чинники) і геополітичних трансформацій (зовнішні чинники) на можливість регіонів і держави в цілому зберігати економічну стабільність та поновлювати рівень суспільного відтворення [94].

У 2007 р. розроблено кількісний агрегований підхід [201], який використовується в Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України [142]. Інтегральний індекс рівня безпеки розраховується методом «зважених сум». Для розрахунку вагових коефіцієнтів використовується метод головних компонент. Перевагами даного методу є дешевизна, оскільки нема потреби в послугах експертів, а також відсутність суб'єктивної складової результатів (на відміну від експертних методів). До переваг методики належить також задавання характеристичних значень показників (нижня межа, нижній поріг, нижня норма, верхня норма, верхній поріг, верхня межа), їх нелінійна нормалізація та визначення вагових коефіцієнтів методом головних компонент. Введення нового поняття характеристичних значень, запропоноване в цьому методі, дозволяє всебічно враховувати поточний стан кожного показника (знаходження його в оптимальному, задовільному чи критичному діапазоні значень).

Перевагою нелінійно (кусково-лінійна) нормалізації дозволяє адекватно і автоматично визначати вагомість внеску поточного значення показника в агрегований інтегральний індекс рівня безпеки галузі та країни загалом.

Відповідно до алгоритму інтегральної оцінки рівня економічної безпеки країни, який запропоновано в роботі [31]. Рівень економічної безпеки держави пропонується оцінювати, виходячи з її базових властивостей, до яких автори відносять розвиток, стійкість та незалежність. Основними показниками економічної безпеки визнаються темп зростання реального ВВП у розрахунку на

одну особу як індикатор економічного зростання в країні (виробнича складова) та дефлятор ВВП – темп інфляції, що характеризує вплив рівня цін на національну економіку (цінова складова). Інтегральний показник економічної безпеки, відповідно до вказаної методики, визначається як добуток двох часткових коефіцієнтів за виробничою і ціновою складовими розрахованих показників незалежності, стійкості та розвитку національної економіки. Як свідчить вибір індикаторів, економічна безпека держави в цьому випадку асоціюється зі станом соціально-економічної сфери, що, на наш погляд, значно звужує розуміння рівня економічної безпеки як інтегрального результату впливу різноманітних чинників. Зазначимо на недоцільність, на наш погляд, розуміння економічної безпеки як результату впливу таких складових елементів, які характеризують суто економічні процеси та суміжні з ними явища, а саме: інвестиційно-інноваційну, фінансову, зовнішньоекономічну, продовольчу та енергетичну безпеку [196, с. 41], що значно звужує можливість достовірного оцінювання рівня економічної безпеки, а відтак розробку заходів щодо попередження впливу зовнішньополітичних загроз на показники економічного розвитку держави.

Визначення вагових коефіцієнтів показників здійснювалося експертами з урахуванням досвіду передових країн. Враховуючи результати роботи [206], на основі яких було розроблено згадану методику Мінекономіки України, в [200] запропоновано інший кількісний підхід до оцінки стану економічної безпеки, який передбачає, зокрема, що нормування індикаторів рівня економічної безпеки та її складових здійснюється за максимальними для індикаторів-стимуляторів і мінімальними для індикаторів-дестимуляторів значеннями динамічного ряду множини індикаторів. Інтегральний (узгальний) показник може розраховуватися методом «зважених сум», тобто адитивна або мультиплікативна форма інтегрального показника.

Дослідники вважають, що, враховуючи нелінійність економічних процесів, більш адекватним є застосування мультиплікативної форми інтегрального показника, але це потребує додаткового обґрунтування. Згодом, з метою подальшого вдосконалення використаних підходів до розрахунку рівня економічної безпеки України було запропоновано адаптивний підхід [224] до визначення стратегічних орієнтирів економічної безпеки на рівні складових та індикаторів шляхом розв'язання задачі синтезу необхідних значень індикаторів для знаходження інтегрального індексу економічної безпеки в межах заданих (порогових або оптимальних) значень.

Адаптивний підхід до визначення стратегічних орієнтирів економічної безпеки реалізується на рівнях структурних елементів, а далі – на рівнях індикаторів кожної складової, і дозволяє здійснити комбінування інтегрального індексу економічної безпеки.

Встановлення необхідних значень індикаторів і відповідних макропоказників, які забезпечують знаходження інтегрального індексу економічної безпеки у сприятливій зоні, є передумовою для вжиття заходів до зміни макроекономічної політики та розроблення механізмів досягнення бажаних значень макропоказників, які б зумовлювали необхідні значення індикаторів економічної безпеки [86].

Мультиплікативна та адитивна згортки для кількісного інтегрального оцінювання – ще один підхід до оцінки економічної безпеки на макrorівні. Для побудови узагальнених характеристик можуть використовуватися різні підходи.

У 70-ті роки минулого століття було визначено зв'язок між стійкістю, що визначається як незменшувана корисність, і пов'язаним з нею запасом капіталу, та сформульовано умову стійкого розвитку суспільства, на основі якої було окреслено два підходи до оцінки стійкості – слабка і сильна.

При застосуванні підходу, викладеного у [264] до побудови інтегрального індикатора економічної безпеки, то за критерієм сильної стійкості економічна безпека країни знижується за умови спадної динаміки або потрапляння в передкризову/кризову зону хоча б одного індикатора. У такому випадку інтегральний індикатор I економічної безпеки розраховують як середнє геометричне первинних нормованих показників:

$$I = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n x_j^{a_j}},$$

де $x_j^{a_j}$ – нормовані значення первинних показників; степені a, j – нормовані на 1; n – кількість показників.

Критерій слабкої стійкості означає, що важливою є загальна сукупність індикаторів, кожний з яких робить свій внесок у забезпечення економічної безпеки країни. При цьому передкризовий/кризовий стан одного індикатора не є кризою для всієї економічної безпеки. У цьому випадку узагальнений індикатор обчислюється як середньозважена сума часткових індикаторів або початкових показників:

$$I = \sqrt[n]{\sum_{j=1}^n a_j \cdot x_j},$$

де x, j – нормовані значення первинних показників; a, j – вагові коефіцієнти первинних показників, нормовані на 1.

Агрегований підхід до визначення стану економічної безпеки використовується у згаданій методиці Міністерстві економіки України [142]. Агрегування ознак ґрунтується на теорії так званої «адитивної цінності», відповідно до якою цінність цілого дорівнює сумі цінностей складових. Якщо ознаки множини мають різні одиниці вимірювання, адитивне агрегування потребує попередньої нормалізації, тобто приведення їх до спільної основи [27].

До переваг методики Міністерства економіки України належить векторність значень на відміну від попереднього врахування лише одного скалярного порогового значення кожного показника (тобто «не менше» для стимуляторів, «не більше» для дестимуляторів); визначення вагових коефіцієнтів формалізованим математичним методом (методом головних компонент), який виключає суб'єктивізм. Аналогічної думки дотримуються інші дослідники [27]. При цьому дослідники [206] вважають доцільним використовувати саме мультиплікативну згортку. Також існує думка [27], що для отримання об'єктивних даних та розробки пропозицій щодо оптимізації границь зміни характеристичних значень деяких індикаторів економічної безпеки має застосуватися підхід, сутність якого полягає у виборі, як бази порівняння, результатів економічної діяльності розвинених країн світу та країн, близьких до України за чисельністю населення, а також у світі в цілому.

Таким чином, існуючі підходи до оцінювання рівня економічної безпеки держави різняться як за ступенем деталізації загроз, так і за рівнем методичної обґрунтованості їх узагальнення та оцінювання. Зважаючи на проведені дослідження, можемо зауважити, що виявлена ситуація обумовлена відсутністю єдності думок щодо змісту дефініції «економічна безпека держави», і, зокрема «міжнародна економічна безпека», різноманітність класифікаційних однак факторів впливу, ідентифікації результатів впливу, нагромадження даних, латентність показників тощо. Саме тому, за доцільне вважаємо використання підходу, запропонованого англійськими економістами Ендрю Холдейном, Саймоном Холлом, Сільвією Пецинні [262] до оцінювання потенційних ризиків порушення

стабільності, що полягають у: 1) встановленні основних зон вразливості або слабких місць системи (underlying vulnerabilities); 2) ідентифікації потенційних сценаріїв і передавальних механізмів впливу на систему через підвищення ризиків/загроз; 3) оцінюванні агрегованого ризику/загроз системи; 4) ідентифікації пріоритетних напрямів політики у сфері безпеки, спрямованої на нейтралізацію потенційних загроз і викликів.

Міжнародні аспекти економічної безпеки України в контексті інтеграційних процесів. В останні роки питання формування економічної безпеки держави є досить актуальним, адже завдяки своєму географічному положенню до України виникає великий інтерес з боку зарубіжних країн. Вивчення міжнародного досвіду вказує на те, що забезпечення економічної безпеки у контексті національної економіки значно впливає на світовий авторитет країни.

Потреба удосконалення концептуального забезпечення економічної безпеки держави необхідно використовувати позитивні ознаки глобалізації для завдань соціально-економічного досвіду щодо забезпечення та розв'язання проблем економічної безпеки [31].

Розвиток концепції безпеки на базі співробітництва пов'язане з тим, що сьогодні багато держав стурбовані не стільки проблемою захисту від військової загрози, скільки забезпеченням внутрішньої стабільності країни й регіону, де вони розташовані, і захищені в стійкому економічному процвітанні [237]

Вважаємо визначення економічної інтеграції, запропоноване Ю.Р. Футало [223], який стверджував, що економічна інтеграція – це не що інше, як об'єднання держав внаслідок обмеженості природних, трудових та фінансових ресурсів у цій чи іншій країні для створення товарів, що є конкурентоспроможними на цих ринках, та подолання кризових явищ в країнах, а саме зубожіння народів, безробіття, падіння курсу національних валют, що веде до соціальних проблем у цих країнах, є найбільш таким, що найбільш повно відповідає контексту досліджуваних питань.

Основними передумовами формування інтеграційних процесів є [223, с. 78]:

1. Відповідний рівень економічного розвитку і ступеня ринкової зрілості країн, що інтегруються.

2. Географічна наближеність країн, що інтегруються, наявність здебільшого спільного кордону та історично сформованих економічних зв'язків.

3. Спільність проблем, що постають перед країнами у галузі економічного розвитку, фінансування, регулювання економіки, політичного співробітництва тощо.

4. Демонстраційний ефект. У країнах, що належать до інтеграційних утворень, як правило, відбуваються позитивні зміни: прискорення темпів розвитку, зниження рівня інфляції і безробіття, що зумовлюють позитивний психологічний вплив на інші країни регіону.

5. «Ефект доміно», тобто після того, як більшість країн того чи іншого регіону стали членами інтеграційного об'єднання, інші країни, які залишилися за його межами, відчувають деякі труднощі, що стосуються переорієнтування економічних зв'язків країн, що належать до цього угруповання.

У контексті процесів економічної інтеграції на особливу увагу заслуговують такі аспекти економічної безпеки України [37]:

- потенціал конкурентоспроможності основної частини експорту та перспективи його зміни;

- модель інтеграції у світову економіку, яка береться за основу під час формування зовнішньоекономічної політики;

- кон'юнктура світових товарних ринків та здатність національних виробників і посередників адаптуватися до її зміни.

Основою для загальної характеристики положення і ролі країни у світовій економіці є дослідження конкурентоспроможності, як основної рушійної сили світового економічного розвитку. Конкурентоспроможність країни означає певний рівень її продуктивності, який визначає відповідний рівень добробуту населення, прибутків від інвестицій, характеризує потенціал зростання економіки у довгостроковій перспективі. Проблема конкурентоспроможності вітчизняних товарів на світових товарних ринках вимагає розгляду товарної структури експорту та його географічної орієнтації з позицій фактору часу (у тактичному і стратегічному аспектах).

Досліджуючи структуру торгівлі товарами України за період з 2009 по 2018 рр., можна виділити декілька головних тенденцій. Серед основних елементів експорту України переважають: продукти рослинного походження; жири та олії тваринного або рослинного походження; недорогочінні метали та вироби з них; машини, обладнання та механізми. На рис. 3.1 зображено товарну структуру експорту України за 2009–2018 рр. Проведений аналіз товарної структури експорту свідчить, що нарощування обсягів експорту має нетривкий характер і в довгостроковому періоді є загроза зниження конкурентоспроможності експортних галузей.

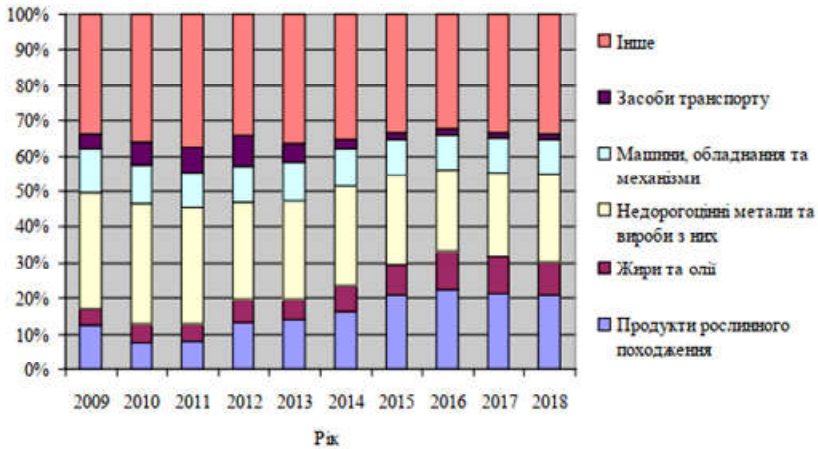


Рис. 3.1. Товарна структура експорту України *

* розроблено авторами за [204]

Аналіз окремих груп товарів експортної номенклатури виявляє структурні зрушення у бік збільшення питомої ваги в експорті, продовольчих товарів і сільськогосподарської сировини, а також недорогоцінних металів і виробів з них. Тенденція зростання частки сировинних товарів у структурі експорту України свідчить про її недостатню технологічність, а відтак, низький рівень конкурентоспроможності на зовнішньому ринку.

До основних недоліків виявленої ситуації варто віднести: низька додана вартість продукції; прибуток від продажу залежить від масштабів виробництва; ціни на сировинну продукцію нестабільні; на світовому ринку є конкуренти, що нижчу собівартість на аналогічну продукцію; науково-технічний потенціал не розвивається; сировинні ресурси завжди є обмеженими.

Дослідження потенціалу конкурентоспроможності українських товаровиробників вказує на незначні можливості закріплення експортерів товарів на ринках інших країн. З огляду на значну частку витрат на паливно-енергетичні, сировинні та трудові ресурси в її загальній структурі, ймовірність прискорення динаміки вирівнювання внутрішніх і зовнішньоторговельних цін є досить високою. Отже, необхідна переорієнтація українського експорту на користь особливих груп товарів (робіт, послуг), ресурси конкурентоспроможності яких органічно властиві економічній, соціальній та при-

родно-географічній системі України і зумовлені об'єктивними перевагами цих систем, менше залежать від цінового фактору і саме тому є потенційно конкурентоспроможними в стратегічній перспективі.

Досліджуючи структуру й обсяги імпорту України за 2009–2018 рр., основними його елементами можна назвати такі: мінеральні продукти; продукти хімічної та пов'язаних із нею галузей промисловості; машини, обладнання та механізми; засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби.

На рис. 3.2 зображено товарну структуру імпорту України за 2009–2018 рр.

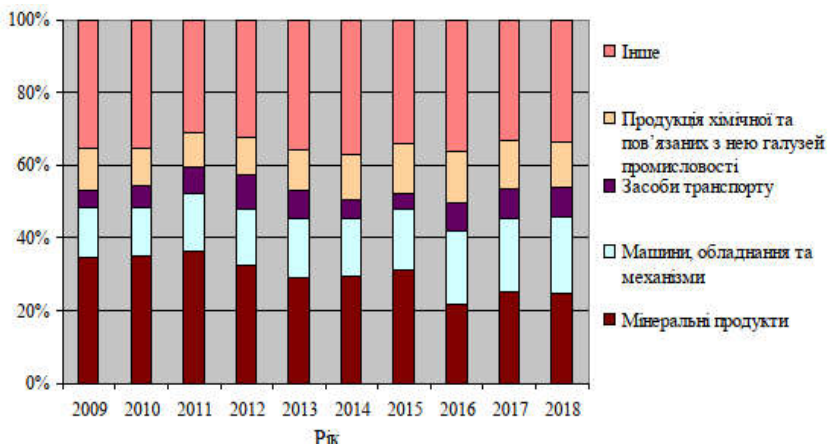


Рис. 3.2. Товарна структура імпорту України*
*розроблено авторами за [204]

Отже, за офіційними даними Державної служби статистики основну частку імпорту України становить продукція з високою доданою вартістю. Для України мінеральні продукти, насамперед, нафта і газ, складають найбільшу частку імпорту. За досліджуваний період динаміка їх імпорту варіювалась і не була стабільною. Порівнюючи 2009 та 2018 рр., можна відзначити зменшення обсягів імпорту мінеральної продукції на 9,7%. Це пов'язано, насамперед, із загостренням стосунків із Російською Федерацією, яка була головним експортером нафти і газу.

Щодо динаміки імпорту машин, обладнання і механізмів, то спостерігається тенденція до поступового збільшення їх обсягів імпорту. Якщо в 2009 р. обсяг імпорту цієї продукції становив

6257043,8 тис. дол., то в 2018 р. показник імпорту наблизився до 11951430,6 тис. дол. і становив 91 % перевищення рівня 2009 р.

Серед продукції хімічної і пов'язаних із нею галузей промисловості найбільшу частку займають фармацевтичні вироби. Вони мають нижчу додану вартість, у порівнянні із технічною продукцією, але для їх виготовлення необхідний науковий та фінансовий потенціали. Порівняно з 2009 р. у 2018 р. обсяги імпорту цих товарів збільшилися на 32,4 %.

Капітальні інвестиції у вітчизняну економіку в 2018 р. знизилися на 11,3 % порівняно з попереднім періодом, але якщо брати до уваги як базу порівняння 2014 р. – зросли майже у 8 разів. Піком залучення прямих інвестицій за досліджуваний період став 2016 р., після якого темпи зростання почали знижуватися і в результаті в українській економіці відбулося неринкове підвищення цін, наявність турбулентності на зовнішніх ринках за відносної стабільності гривні, зниження рівня тіньової економіки на 3 %, який становив 32 % від офіційного ВВП та позитивної динаміки поповнення золотовалютних резервів протягом року. У той же час, зберігалися асиметрії у зовнішній торгівлі і недостатнє лобювання національних інтересів. Зокрема, це призвело до того, що Україна використовувала квоти по основних групах торгівлі товарами з ЄС у перші місяці у 2018 і 2019 рр.

Основними торговельними партнерами України були 212 країни, основні з яких: Росія, Китай, Польща, Італія, Туреччина, Німеччина, Індія, Угорщина, Білорусь, США, Франція, Чехія, Швеція, Швейцарія, Австрія. Останнім часом стратегічним партнером для України став Євросоюз, адже майже 44 % відсотки товарів та послуг Україна продає на експорт в Європу. Проте за даними Комітету статистики України в 2018 р. перше місце за сумою українського експорту серед країн займала Росія (див. табл. 3.4).

Співвідношення експорту та імпорту України в товарній та географічній структурі відображає результати проведення політики зовнішньої торгівлі державами за кількома напрямками. По-перше, це – безпосередній вплив протекціоністських заходів тих чи інших держав щодо українських товарів; зміни кон'юнктури міжнародних ринків; поширення обмежувальних заходів у міжнародній торгівлі, до яких може вдаватися дедалі більше держав, у свою чергу, може викликати певні зміни у функціонуванні механізмів Світової організації торгівлі, що вплине на умови й динаміку української зовнішньої торгівлі.

Таблиця 3.4

Показники зовнішньої торгівлі України за географічною структурою*

Країна-партнер	Частка, %		Сальдо, тис. дол.
	експорту	імпорту	
Австрія	1,1	1	-16,5
Білорусь	2,9	6,5	-1235
Польща	15,5	6,5	-136,2
Росія	8	14,3	-2291,1
США	2,2	5,4	-1093,2
Туреччина	5,8	2,7	721,7
Угорщина	3,6	2,2	295,3
Франція	0,9	2,8	-610
Чехія	1,9	1,8	-46,8
Швеція	0,2	0,8	-219,9
Швейцарія	0,2	2,7	-794,5
Китай	4,3	12,2	-2604,1
Велика Британія	1,2	1,6	-168,9

*сформовано авторами

Маючи «сировинний» потенціал, Україні слід розуміти, якою мірою його можна використати для акумулювання ресурсів на переробку сировини всередині країни та навіть для живлення інших сфер економіки та соціальної сфери, в тому числі розвитку наукомістких сфер та забезпечення ширшого доступу населення до соціальних благ. А поки розвиток української економіки відбувається за сценарієм скорочення високотехнологічних виробництв і орієнтації на випуск сировини для переробки закордоном.

Для розробки та вибору ефективних напрямів розвитку зовнішньої торгівлі слід брати до уваги міждержавні дипломатичні, політичні та економічні відносини, особливо, коли це стосується наддержав. Отже, через наявність значної кількості невикористаних шансів для свого конкурентоспроможного розвитку шляхом орієнтації України на реалізацію сировини, а не готової продукції, вітчизняна економіка наразі характеризується відсутністю вагомих здобутків у сфері зовнішньої торгівлі. Також необхідно зауважити, що використання експортного потенціалу стримується невизначеністю моделі інтеграції економіки України у світове господарство та нечіткістю зовнішньоекономічної політики держави загалом. Отже, вибір моделі інтеграції є важливим завданням для України і способом забезпечення належного рівня міжнародної економічної безпеки.

Вибір моделі «глобальної» інтеграції з трьох апробованих світовою практикою (глобальної або тотальної, територіальної або регіональної, секторальної або галузевої) призвів до значних втрат для економіки [37]. Для України така модель є неприйнятною у зв'язку з нестабільністю соціально-економічної системи за сучасних умов розвитку, економіки та політичного та економічного тиску з боку інших держав.

Найперспективнішим в умовах перехідної економіки в нашій державі є застосування секторально-регіональної (галузево-територіальної) моделі [37]. Її реалізація має базуватися на глибоких дослідженнях потенційної і фактичної конкурентоспроможності галузей виробництва на світових ринках товарів (послуг, робіт), а також регіоналізації зовнішньоекономічної політики з максимальною і всебічною підтримкою держави.

Необхідною умовою ефективної розбудови такої моделі є забезпечення системної узгодженості під час розроблення та реалізації фінансової, податкової, інвестиційної, структурної, промислової, аграрної, науково-технічної та інших складових економічної політики держави, спрямованих на вирішення стратегічних завдань зовнішньоекономічного розвитку. Важливого значення при цьому набувають впровадження наукових і технологічних розробок, залучення іноземного капіталу, а також розвиток міжнародної кооперації в галузі науки, техніки і виробництва. Комплексна реалізація цих заходів має закласти основи формування експортної спеціалізації України, орієнтованої на збільшення обсягів і диверсифікацію збуту готової продукції та послуг, включно з інформаційними, будівельно-монтажними, проектно-конструкторськими, науково-дослідними роботами, педагогічними, медичними та іншими послугами. «Ланцюгова реакція» експортної експансії повинна починатися з розбудови інфраструктури зовнішньої торгівлі.

Особливості сучасного етапу розвитку світової торгівлі. Саме обсяги міжнародної торгівлі є важливим індикатором ступеня інтеграції країн світу. Сучасна міжнародна торгівля характеризується [31, с. 29]: по-перше, динамізмом процесу інтеграції, зумовленим лібералізацією міжнародної торгівлі на базі гармонізації правил торгівлі СОТ та укладанням нових регіональних торговельних угод; по-друге, зменшенням темпів зростання, пов'язаних переважно з уповільненням економічного розвитку індустриально розвинутих країн і світової економіки загалом; по-третє, нерівномір-

ністю інтенсивності торгівлі, спричиненою різницею соціально-економічного розвитку країн і регіонів світу.

До основних завдань, які постають перед Україною, є наступні:

- створення умов для взаємовигідних торговельних та інших економічних відносин України з іншими державами;
- зближення їхніх ринків товарів, послуг, робочої сили;
- забезпечення умов для взаємного інвестування та утворення транснаціональних фінансово-промислових комплексів;
- пожвавлення прикордонних економічних відносин;
- формування надійної системи страхування взаємних торговельних, кредитних та інвестиційних ризиків;
- створення умов для здійснення контактів недержавних економічних організацій, ділових союзів та окремих підприємств;
- запровадження дієвої системи забезпечення безпеки економічних відносин, системи продукування та поширення інформації, необхідної для розвитку взаємовигідних економічних відносин.

Однак, звернути увагу на те, що економічне співробітництво може стати чинником вимивання національних капіталів з країни, переходу фінансового контролю до іноземного капіталу, обмеження самостійності економічної політики держави тощо. Важливо усвідомлювати, що складові економічної тактики держави – процентна, валютна, митна політика тощо є водночас елементами структурної стратегії держави. Отже, у разі різних пріоритетів структурної перебудови країн-партнерів тенденція до уніфікації цих складових може стати на заваді вирішенню стратегічних завдань української держави.

Як нові явища в зовнішній торгівлі України, так і тенденції її розвитку свідчать, що зміцнення безпеки в зовнішньоекономічній сфері можливе лише за умови зменшення деструктивного впливу зовнішніх чинників. До основних з них належать:

- високий рівень ресурсної залежності від постачання продукції критичного імпорту, зумовлений її фактично монопольним становищем постачальника енергоносіїв та збереженням загрозової для економічних інтересів України питомої ваги цієї держави в загальному обсязі вітчизняного товарообміну;
- зниження ефективності зовнішньої торгівлі товарами внаслідок її несприятливої структури, переважно сировинного характеру експорту та низької конкурентоспроможності української продукції.

Важливим кроком також є відстоювання національних інтересів при здійсненні експортно-імпоротної політики держави. Узагальнюючи дослідження багатьох науковців і практиків, можемо виокремити основні завдання, які стосуються регулювання розвитку вітчизняного експорту:

- розширення вивезення товарів, виробництво яких перевищує внутрішні потреби і які можуть мати збут на зовнішньому ринку на прийнятних для економічних інтересів держави умовах;

- географічна диверсифікація ринків збуту з метою підвищення ефективності експорту;

- захист економічних інтересів держави від експорту традиційної продукції на демпінгових умовах, які є причиною нееквівалентності товарообміну і втрати ринків збуту;

- захист внутрішнього ринку від надмірного вивезення продукції, дефіцит якої призводить до імпорту аналогічних товарів на не вигідних для економічних інтересів держави умовах;

- захист внутрішнього ринку від реекспорту імпортованої продукції на умовах демпінгу та експорту вітчизняної продукції, обсяги виробництва якої недостатні для потреб внутрішнього ринку або не мають надійної ресурсної бази;

- забезпечення вищого рівня повернення валютної виручки від експорту на основі запровадження системи штрафних санкцій з урахуванням строків затримки в репатріації валютних коштів і середньої облікової ставки банківського процента;

- збільшення в загальному обсязі експорту частки послуг у сфері патентно-ліцензійної торгівлі, інжинірингу, ноу-хау, геолого-розвідувальних, науково-дослідних, дослідно-конструкторських, проектних, транспортно-експедиторських, маркетингових, інформаційних та інших робіт і послуг.

Для регулювання імпорту необхідні заходи, спрямовані на забезпечення:

- диверсифікації джерел постачання продукції виробничо-технічного призначення (насамперед товарів критичного імпорту) з метою зменшення ресурсної залежності від монопольних постачальників;

- посилення захисту інтересів національних товаровиробників та споживачів і приведення структури ввезення у відповідність до потреб економіки.

Аналіз світової економіки, свідчить про наявність низки «прихованих» та «заморожених» чинників дестабілізації міжнарод-

ної економічної безпеки, які можуть виявитися у будь-який час. Варто відмітити, що складною є оцінка масштабності і ступінь їх деструктивного впливу.

Багатовекторність реалізації міжнародного економічного співробітництва України вимагає врахування особливостей співпраці із кожним партнером, забезпечуючи якісну диверсифікацію зовнішніх ризиків. Доцільно виокремити кілька напрямів, а саме: модель співпраці із країнами Європейського Союзу, модель співпраці із азійськими країнами, модель співпраці із окремими країнами-сусідами. Бажана для України модель економічної моделі співпраці країнами-партнерами має визначатися метою, яку поставили перед собою та прагнемо досягти за допомогою такого співробітництва, а саме: розширення присутності України та відстоювання власних інтересів у світовому просторі.

Для України є два можливих варіанти міжнародної інтеграції: євроінтеграція та регіональна інтеграція. Одним із провідних та базових способів самовизначення країни в сучасній системі міждержавних відносин є участь в інтеграційних процесах. Політика інтеграції України завжди була нечіткою та складною. Це зумовлено впливом, з одного боку, європейської моделі розвитку, а з іншого – неєвропейської. Неєвропейська модель розвитку України представляла собою членство в ЄврАзЕС, а європейська – в ЄС [82].

Стратегічними перспективами для України на шляху євроінтеграції мають бути:

- реалізація стратегії випереджального розвитку, яка повинна забезпечити щорічні темпи зростання ВВП в Україні на рівні не нижче 6–7 %;

- подолання на цій основі розриву в обсягах ВВП на одну особу між Україною та державами-членами ЄС;

- опанування інноваційної моделі структурної перебудови і зростання, реалізація якої має забезпечити істотне підвищення конкурентоспроможності української економіки, утвердження України як високотехнологічної держави;

- забезпечення надійних передумов скорочення розриву в рівні та якості життєвих стандартів з країнами ЄС;

- поглиблення інтеграційних процесів у секторальних напрямках: в енергетичній сфері, співробітництво в розвитку транспортно-комунікаційних мереж, в інформаційній сфері та сфері високотехнологій;

– адаптація законодавства України до системи права ЄС, включаючи правову культуру, судову та адміністративну практику [84].

До пріоритетних завдань України за європейськими вектором інтеграції належать:

1. Посилення ролі України у забезпеченні енергетичної безпеки європейського регіону.

2. Захист і розвиток конкурентних переваг України на світових ринках. Ідеться про розроблення та впровадження концепції захисту національних економічних інтересів України, узгодженої з нормами світового права. Актуальність відповідних заходів посилюється нагальною потребою української економіки в механізмах компенсації втрати цінової конкурентоспроможності національних виробників внаслідок лібералізації ринку енергоносіїв.

3. Підвищення ефективності міжнародного науково-технічного співробітництва України та використання його результатів на внутрішньому ринку. Пріоритетами є нарощування наукомісткості та технологічності вітчизняного виробництва і експорту шляхом поглиблення науково-технічної кооперації. Здобутки міжнародного економічного співробітництва мають ефективно використовуватися національною економікою. Мова йде про прискорення споживання внутрішнім ринком результатів міжнародного науково-технічного співробітництва та кооперації, що сприятиме модернізації реального сектору національної економіки і підвищенню його конкурентоспроможності.

4. Залучення ефективних прямих іноземних інвестицій (ПІІ), орієнтованих на модернізацію економіки та розбудову економіки знань. Створення сприятливого інвестиційного клімату та підвищення конкурентоспроможності національної економіки забезпечать перспективи України в конкурентній боротьбі за відповідні фінансові потоки. Водночас це не повинно спотворювати національне конкурентне середовище, яке має регулюватися суто правовими засобами. Під час залучення ПІІ пріоритети мають надаватися високотехнологічним секторам економіки, оскільки наука та інновації визначають можливості становлення сучасного типу економіки – економіки знань. Досвід розвинутих країн свідчить, що модернізація виробництва найефективніша за умов його високої концентрації. Україна має врахувати цей досвід, що дасть можливість активізувати інноваційний розвиток.

Останніми роками збільшується економічна потужність країн азійського регіону, внаслідок чого зазнає змін формат світового еко-

номічного лідерства. Це зумовлено високими темпами розвитку регіональної економіки. Лідерами регіону є Японія та Китай.

Посиленню позицій цих азійських країн сприяють наступні чинники:

- глобалізаційні процеси стимулюють накопичення в регіоні значних фінансових ресурсів та прискорюють постійну модернізацію економіки;

- багаторічна практика перенесення виробництв з інших країн світу на територію країн Азії, зокрема Китаю, забезпечила зосередження потужного виробничо-промислового потенціалу;

- регіон щороку отримує одні з найбільших обсягів інвестицій у світі, які забезпечують перманентне оновлення технологічних виробництв;

- регіону притаманна висока адаптивність до змін у конкурентній боротьбі на зовнішніх ринках;

- державна зовнішньоторговельна політика країн регіону спрямована на всебічне сприяння розвитку та нарощуванню експорту готової продукції на фоні стимулювання імпорту ресурсів та технологій, а також обмеження імпорту готової продукції;

- зовнішньоекономічна стратегія Азійського регіону ґрунтується на широкій товарній експансії та агресивній поведінці на нових ринках.

Економічний вплив регіону світі та його значна роль у формуванні зовнішньоторговельного обороту з Україною вимагатимуть формування моделі стратегії двостороннього співробітництва.

Географічна структура зовнішньоторговельного обороту України з країнами Азії розширюється. Найбільшими експортерами української продукції в регіоні є Китай, Туреччина, Сирія, Індія, ОАЕ, Іран та Китай та ін. Крім партнерських зв'язків, ці країни є найбільшими конкурентами на традиційних для України ринках, в тому числі і на внутрішньому ринку. Насамперед мова йде про товарну експансію, витіснення з національних ринків та товарних ринків інших регіонів української продукції. Динаміка відносин у двосторонньому торговельному співробітництві складається не на користь України, що загрожує економічним інтересам держави. Серед основних негативних тенденцій зовнішньоторговельного співробітництва України з Азією слід назвати наступні:

1. Зниження частки Азійського регіону в географічній структурі товарного експорту України. Країни регіону є одним з найбільших ринків збуту вітчизняної продукції.

2. Звуження товарної структури експорту України до країн Азії, пов'язане з частковим виходом українських експортерів з регіональних ринків.

3. Різде збільшення темпів нарощування імпорту, яке має ознаки товарної експансії. На протигагу українським експортерам, імпорт товарів з Азійського регіону характеризується високими темпами приросту, що формує критичну загрозу зовнішньоекономічній безпеці України.

4. Нарощування імпоротної залежності України від поставок з Азії. В імпортних поставках України з Азії відбулися структурні зміни: на відміну від сировинно-орієнтованих галузей, частка яких у вітчизняному експорті до Азії зросла, у товарній структурі імпорту посилили позиції технологічні галузі, зокрема машинобудування. Водночас істотно збільшилася залежність України від поставок технологічної продукції саме з цього регіону.

5. Подальше зменшення частки технологічної продукції в експорті України до Азії. Протягом останніх років українська промисловість поступово втратила ринки Азії для поставок власної середньо- та високотехнологічної продукції.

6. Скорочення товарів повного промислового циклу переробки у структурі експорту України в Азію. Поряд зі скороченням постачання технологічної продукції, у структурі вітчизняних експортних поставок до азійських країн зменшується частка товарів повної переробки, натомість зростає частка промислової сировини первинної переробки, напівфабрикатів та конструкційних матеріалів у структурі товарних поставок України до Азії. Експортуючи товари неповного виробничого циклу, Україна, по суті, передає значну частку доданої вартості іншим країнам.

Сучасний стан зовнішньоторговельного співробітництва з країнами Азії вимагає від України протидії послабленню вітчизняних стратегічних позицій на ринках регіону. Пріоритетом державної політики в контексті зовнішньоторговельного співробітництва України та Азії є створення нового формату системи державного співробітництва. Як наслідок, державна зовнішньоторговельна політика має орієнтуватися на такі пріоритети:

1. Конструктивний захист внутрішнього ринку від товарної експансії з боку країн Азії та ефективного запобігання неякісному імпорту. Україна на сьогодні володіє можливостями щодо обмеження товарного імпорту, а це повністю відповідає правилам та вимогам СОТ. Ідеться про те, що більшість товарів, які надходять з Азії, не

мають сертифікатів якості та інших документів, які б засвідчували їх якість, що є законною підставою для запровадження спецрежиму їхнього імпорту, а саме обмеження чи заборони такого імпорту. Це вимагає розробки відповідної нормативної бази, яка б регламентувала питання допуску на внутрішній споживчий ринок України імпортованих товарів в частині обов'язкової сертифікації та інших документів щодо підтвердження якості; обмеження поставки, аж до заборони імпорту, товарів, які не відповідають чинним технологічним стандартам та регламентам України (гармонізованим з ISO).

2. Оновлення ролі та функцій торговельно-економічних місій як ключового елементу формування інформаційно-посередницької ланки між національним бізнесом та азійськими партнерами. Для цього пріоритету необхідно: створити державний ресурс із питань інформування про наявний промислово-виробничий потенціал України. До цього інформаційного ресурсу має входити систематизована база даних про діючих та потенційних експортерів, особливо представників середнього бізнесу; проводити регіональні семінари серед представників місцевих виробничо-промислових підприємств та об'єднань щодо формування комерційних пропозицій потенційних експортних напрямів з державами Азії; планувати та організувати зустрічі в рамках торговельно-економічних місій національних експортерів з азійськими представниками промислового активу; розробити модернізовану концепцію розвитку економічної дипломатії та забезпечувати економічною інформацією на азійському напрямі, за участі представників регіонального бізнесу.

3. Встановити граничні межі концентрації іноземного капіталу, включно з китайським, у провідних сферах національної економіки, зокрема у сфері користування земельними та природними ресурсами; визначити допустимі межі та критерії щодо залучення державою іноземних (зокрема експортних) кредитів, а також інших форм фінансування, від інших країн. Обмежити можливість здійснення державою іноземних запозичень лише міжнародними організаціями; розглянути перспективу створення постійної групи українсько-китайського економічного співробітництва. Доцільною є організація моніторингу економічної ситуації в КНР, а також її зовнішньої фінансової та товарної експансії; розробити та запровадити державну стратегію регулювання трудової міграції в Україну.

На сучасному етапі розвитку світового господарства до міжнародних економічних взаємовідносин долучається все більше країн, їх економічні інтереси виходять за рамки національних кор-

донів та посилюють розвиток інтернаціоналізації процесів економічного розвитку. Створена на такій основі міжнародна торговельна система повинна зміцнити економічний порядок у світі. Торговельне партнерство між державами – це особливий тип міждержавних зв'язків яке, з одного боку, не передбачає жорстких зобов'язань в політичних, релігійних, гуманітарних, інших сферах життєдіяльності країни, але, з іншого боку, направлене на визнання спільних цінностей та суверенітету. Що особливо є актуальним для України у сучасних умовах. Співробітництво, що починається у певних галузях економіки, з часом переростає у обопільну підтримку в рамках міжнародних торговельних союзів, допомагає при вирішенні суперечок та конфліктів у міжнародних судах, надають зовнішньополітичну підтримку в цілому. Саме тому позначення основних напрямків розвитку зовнішньоекономічної діяльності держави, визначення основних механізмів управління у сфері зовнішньоекономічної діяльності, є важливим напрямом у розвитку України на шляху до її інтеграції у європейське і світове економічне співтовариство.

Варто відмітити, що у відносинах України і Росії виникла нова політико-ідеологічна та економічна реальність. Попередня офіційна ідеологія «стратегічного партнерства», «добросусідства», закладена в численних спільних угодах, втратила сенс [159, с. 7]. Необхідним є також формування концептуально нової моделі співіснування з Росією, яка б відображала нинішні реалії і перспективи двосторонніх відносин і враховувала позиції західних країн-партнерів і міжнародних організацій. Проблема пошуку нового формату відносин з РФ має глобальний вимір і є актуальною не лише для України. З огляду на сучасні реалії у відносинах з РФ слід орієнтуватися на формат вимушеного/обмеженого співіснування [159, с. 10].

У найбільш загальному вигляді цей формат передбачає зокрема: створення системи дієвих заходів протистояння російській агресії за умови одночасного проведення ефективних внутрішніх реформ і забезпечення зовнішньої допомоги; перегляд (обмеження/скасування) контактів у різних сферах і галузях (насамперед у сфері ВПК); жорстке відстоювання національних інтересів із залученням міжнародних структур і країн-союзників; позбавлення від надмірної економічної, енергетичної залежності від РФ, ефективне протистояння інформаційному впливу.

Україна у відносинах з Російською Федерацією нині вирішує задачі істотного зменшення ступеня залежності української економіки від російських ринків збуту і джерел постачання кри-

тично важливих енергоносіїв та сировини, комплектуючих виробів, а також відповідної переорієнтації на нові ринки та нових торговельно-економічних партнерів. Водночас, політика України має враховувати необхідність збереження тих елементів взаємних торговельно-економічних зв'язків, які важко або неможливо замінити упродовж найближчих років, оскільки повний розрив господарських відносин може завдати істотної шкоди українській економіці, яка перебуває у складному періоді системних і структурних трансформацій. При цьому важливим принципом має бути те, що такі зв'язки мають зберігатися в таких обсягах та за такими напрямками, які мінімізують можливості РФ використовувати їх як інструмент політичного тиску.

Пріоритетами в політиці підтримання економічних відносин України з РФ на найближчий перспективний період повинні бути наступні [159, с. 17]:

- активна політика обмеження і протидії довільним і неправним діям РФ у торговельно-економічній сфері, що передбачає максимальне використання для цієї мети статутних положень ключових міжнародних організацій, а також подання до міжнародних судів позовів з вимогами компенсації Україні збитків, завданих протиправними діями РФ. Важливу роль може відігравати подання претензій до СОТ щодо порушення Росією її зобов'язань, взятих під час вступу до цієї організації через встановлені в рамках СОТ процедури врегулювання спорів та механізми періодичного розгляду торговельної політики, під який підпадає й РФ як член СОТ;

- проведення стратегічно орієнтованої політики реструктуризації української промисловості для виведення з експлуатації безнадійно застарілих у технологічному аспекті виробництв, які є надмірно енерговитратними і посилюють залежність від постачань російських енергоносіїв, і їх заміщення новими енергоефективними, здатними до конкуренції на ринках розвинутих країн;

- здійснення комплексних заходів зі сприяння диверсифікації ринків збуту, джерел сировинного та матеріально-технічного забезпечення для українських підприємств, маючи на увазі небажаність, як правило, перевищення однією країною частки у 30% в експорті чи імпорті;

- проведення цілеспрямованої політики переорієнтації у розвитку науково-технологічної та промислової кооперації в напрямі забезпечення пріоритету входження до програм співробітництва та розвитку інновацій, коопераційних систем і виробничих кластерів ЄС;

– здійснення заходів зі збереження окремих елементів системи торговельно-економічних відносин з РФ, які є доцільними, виходячи з прагматичних міркувань і можливих перспектив відновлення більш активної взаємодії в період після подолання гострої фази кризи в українсько-російських відносинах. При цьому пріоритет має віддаватися три- або багатостороннім форматам взаємодії, які передбачають участь третіх країн або міжнародних об'єднань у реалізації великомасштабних проєктів розвитку за участю компаній та організацій РФ, зокрема у сфері розвитку транспортної та енергетичної інфраструктури, зв'язку, науково-технічного співробітництва, забезпечення екологізації економічного розвитку.

Отже, багатовекторність міжнародної співпраці України, її інтеграційних процесів вимагає врахування особливостей кожного напрямку цієї співпраці. Посилення взаємодії і взаємної залежності країн світу формуються нові «центри сили», конкуренція між якими за вплив та ресурси постійно зростає. Збільшується рівень відкритості міжнародної системи, що відкриває нові безпрецедентні можливості й водночас формує нові загрози та виклики безпеці на глобальному, регіональному та національному рівнях. Нагальною потребою стає створення більш гнучких систем безпекової взаємодії, здатних швидко й ефективно реагувати на нові виклики.

Україна знаходиться на стику країн, які отримують переваги глобалізації, і тих, які зазнають її негативних наслідків. Складність різноспрямованих чинників, що діють у глобальному міжнародному середовищі, вимагають створення нових концептуальних підходів до безпеки. У період існування біполярного світу головною загрозою міжнародній безпеці вважалося ядерне протистояння між «західним» і «східним» блоками. Саме тому, нами пропонується здійснювати розгалуження структуру міжнародної безпеки за векторним підходом (напрямами взаємовідносин), а саме: азіатська, європейська, транскордонна (з країнами-сусідами, з якими має спільний кордон). Виходячи із цього, варто досліджувати особливості загроз та небезпек а також стратегії та напрямки забезпечення міжнародної економічної безпеки з врахуванням унікальних властивостей особливості кожної окремої країни регіону, як його структурної одиниці.

Унаслідок стрімких змін, що відбуваються в характері сучасного безпекового середовища, існує потреба реконцептуалізації та подальшого уточнення типів новітніх загроз. Відповідно, крім розподілу на «традиційні» та «нетрадиційні», сучасні безпекові за-

грози ще характеризують як «жорсткі» (hard security threats) та «м'які» (soft security threats). Власне «м'які» і «жорсткі» загрози корелюють із розрізненням двох типів безпеки – відповідно «жорсткої» (hard security) і «м'якої» (soft security). «Жорстка» безпека включає воєнні та оборонні аспекти національної безпеки держави, натомість «м'яка» безпека зосереджується на потенційних політичних, соціальних та економічних викликах національній безпеці. Іншими словами, «м'яка» безпека включає в себе майже все, крім суто оборонних питань [251].

Разом із традиційними на перший план виходять нові, асиметричні загрози, або (за іншою класифікацією) м'які, що зазвичай формуються способом нарощування суперечностей у світовій політиці та економіці на основі нерівномірного розвитку країн. Не всі внутрішні загрози мають зв'язок із процесами глобалізації, і не всі глобалізаційні виклики та загрози мають однакове значення для тих або інших держав. У сучасних умовах Україна, як і інші нові незалежні держави, зіткнулася з вкрай гострим протиріччям: з одного боку – інтереси становлення і зміцнення державності вимагають інтенсифікації процесів культурного відродження і розвитку національної ідентичності, з другого – процес модернізації соціально-економічної системи потребує найширшої відкритості країни, внаслідок чого суспільство стає об'єктом інтенсивних, далеко не завжди бажаних, політичних, економічних, соціальних і культурних впливів. Загалом, зосередження зусиль на реалізації заходів із внутрішнього розвитку та вдосконалення структури української економіки, забезпечення ринкової конкурентоспроможності українських товарів і послуг, полегшення виходу українських експортерів на нові ринки, посилення власних впливів у глобальному вимірі сприятимуть зміцненню власної міжнародної економічної безпеки, а відтак, стійкому розвитку країни, досягненню захищеності національних інтересів.

3.2. Активізація зовнішньоторговельних відносин в управлінні прибутковістю експортоорієнтованих підприємств

Теоретичні основи управління прибутковістю експортоорієнтованих підприємств. На сьогодні, розвиток вітчизняної економіки вимагає більш продуманих підходів до здійснення управління господарською діяльністю промислових підприємств, а особ-

ливо тоді, коли йдеться про співробітництво із закордонними партнерами та високі фінансові результати. Інтеграційні процеси до структур європейських ринків ставлять нові умови до ведення зовнішньоекономічної діяльності, і разом з тим впливають на ряд трансформаційних змін на внутрішньому ринку, що спонукає вітчизняних виробників до розробки перспективних програм розвитку, аналізу ринку та оцінки поточного стану. Не виключенням є і те, що з метою отримання більших прибутків і підвищення загального рівня прибутковості, керівники підприємств все більше орієнтуються на зовнішній ринок, переважно, експортуючи вироблену продукцію на ринки країн ЄС. Такі тенденції здатні посилити не тільки процес інтегрованості суб'єкта господарювання до інтернаціоналізованих структур, а і в рамках створеної поглибленої Зони вільної торгівлі між Україною та ЄС (ЗВТ+) використовувати можливості захисту національного виробника на регіональному рівні. Через те, перед тим, як визначити ключові детермінанти управління прибутковістю експортоорієнтованих підприємств за умов розвитку зовнішньоторговельних відносин із партнерами країн ЄС, необхідно обґрунтувати сутність теоретичних основ зазначених понять.

Якщо звернути увагу на загальні підходи до теорії управління, які покладені в основу менеджменту підприємств, слід зупинитись на наступному [210].

Системний підхід до теорії управління є підхід до управління на базі теорії системи, яка складається з підсистем, складових та елементів. На авторське бачення, ключовим є те, що управління системою, слід розглядати як цілісну структуру рішень, що взаємопов'язані між собою, а результат одних управлінських рішень може впливати на результат інших.

Системний підхід покладено в основу: побудови механізму управління прибутковістю підприємства; управління прибутковістю підприємства на основі базових факторів виробництва; управління прибутковістю підприємства на основі максимізації його прибутку.

Процесний підхід до теорії управління базується на виділенні специфічності управлінських функцій окремих елементів загальної структури управління та, на думку автора, пов'язаний з відокремленими процесами діяльності підприємства. З огляду на це, процесний підхід стосується управління прибутковістю підприємства на основі активізації центрів відповідальності, оскільки відповідно до свого призначення кожний з них розробляє ті чи інші управлінські рішення у сфері отримання та збільшення доходу від

реалізації продукції, формування фінансових ресурсів, виконання нормативних показників запланованих витрат на виробництво, збут і обслуговування, доцільності та обсягу залучення інвестицій.

Універсальний підхід до теорії управління відноситься до такої наукової школи як «універсологія» та виходячи з характеру утворення вертикально-горизонтальних зв'язків пов'язаний із використанням універсальних принципів управління. Універсальний підхід до управління прибутковістю підприємства пов'язаний із активізацією його інформаційної бази та у структурі специфіки розробки управлінських рішень покладається на гнучкість інформаційних потоків між окремими підрозділами, а також можливостями уповноважених фахівців використовувати їх дані в управлінні номенклатурною політикою виробничого процесу, ціноутворенням та визначенні планових обсягів доходу для отримання прибутку.

Ситуаційний підхід до теорії управління є підходом, який розглядає особливості здійснення господарської діяльності підприємства виходячи із ситуації, яка складається у зовнішньому середовищі. Ми вважаємо, що ситуаційний підхід до управління прибутковістю дозволяє активізувати усі внутрішні системи підприємства до його адаптації у зовнішньому середовищі та орієнтований на окремі монопольні принципи формування конкурентних переваг. В цьому випадку усі управлінські рішення починаються з моніторингу ринкової ситуації та через управління виробничими процесами направлені на максимізацію прибутку. В міру виникнення сприятливих обставин, підприємство завжди намагається захопити більшу частку ринку, підвищити ціну та досягти вищого рівня прибутковості.

Субстратний підхід до теорії управління заснований на структурній оптимізації стратегії управління та покладений в основу розробки програми стратегічного розвитку в загальній системі управління прибутковістю. Цей підхід передбачає розробку довгострокових планів конкурентної боротьби та виробничо-господарської діяльності підприємства, як ключових складових загальної стратегії зростання рентабельності та підвищення прибутковості.

Поряд з обґрунтованими загальними підходами теорій управління у становленні сучасної теорії управління прибутковістю підприємства значне місце займають принципи історичних теорій прибутку, а саме:

1. Управління прибутковістю підприємства на основі базових факторів виробництва відповідає принципам теорії трьох фак-

торів виробництва (неокласична економічна теорія: Ж. Б. Сей – XIX ст. [93, с. 505; 253; 256; 296], постулати якої говорять про те, що ключовим у виробництві продукції та створенні її вартості є взаємодія таких факторів як: земля, праця, капітал.

2. Управління прибутковістю підприємства на основі максимізації його прибутку відповідає принципам теорії рівноваги на ринку та теорії граничної корисності. Теорія рівноваги на ринку передбачає отримання максимального прибутку за результатами співвідношення попиту та пропозиції (неокласична економічна теорія: А. Маршалл, кін. XIX–XX ст.) [272]. За теорією граничної корисності максимізація прибутку досягається рівністю граничних витрат та граничного доходу підприємства (маржиналізм: Дж. Кларк, II пол. XIX ст.) [93, с. 505; 253].

3. Управління прибутковістю підприємства за умов його монопольної направленості відповідає принципам теорії монопольного становища (маржиналізм: Е. Чемберлін [228, с. 33], Д. Робінсон [184, с. 42] – кін. XIX ст., П. Самуельсон – XX ст. [189, с. 254–255]), яка передбачає отримання прибутку на основі ринкового домінування і посилення конкурентних позицій.

4. Управління прибутковістю підприємства на основі теорії економічного розвитку (неокласична економічна теорія: Й. Шумпетер, I пол. XX ст.) [240], яка пояснює моделювання та функціонування виробництва за допомогою використання взаємоузгоджених і системних механізмів.

5. Досить ваговою теорією прибутку є теорія ділових циклів, яка здатна обґрунтувати процес формування прибутковості підприємства у відповідності до змін окремих етапів економічного зростання (інституціоналізм: В. Мітчел, поч. XX–XXI ст.) [93, с. 438].

Зазначені теорії прибутку, дають змогу зрозуміти те, що в управлінні прибутковістю експортованого підприємства необхідно виділити ряд важливих факторів, які під впливом зовнішнього середовища мають бути трансформовані у форму додатних фінансових результатів через його внутрішній потенціал. Також, важливим є те, що за умов стрімкого розвитку зовнішньої торгівлі та посилення інтеграційних процесів дедалі більшої актуалізації набувають питання збільшення ринкової вартості підприємства на основі урахування зміни ділових циклів і скорочення розриву НТП.

Разом з тим, сучасний стан розвитку ринкових відносин в повній мірі залежить від рівня конкуренції, яка складається на

орієнтовному сегменті збуту, оскільки керується тими законами, які встановлюються на рівні співробітництва із партнерами країн ЗВТ+ та ускладненими вимогами до економічного зростання. Виходячи з цього, кожен виробник повинен розуміти, що в основі успішного розвитку підприємства покладено ретельно продуманий підхід до управління його прибутковістю, а головним у даному завданні має стати експортна спрямованість, як критерій посилення інтеграції до європейських структур. Крім того, обґрунтовані питання дають змогу зрозуміти і те, що лібералізація зовнішньої торгівлі значно послаблює можливості вітчизняної продукції до збереження стійких конкурентних позицій як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках, оскільки не в змозі протистояти кращим якісним характеристикам закордонних аналогів. За даної ситуації, єдиним достовірним способом отримання великих прибутків та підвищення прибутковості є впровадження таких виробничих потужностей, які будуть зосереджені на збільшення частки ЗЕД в основній діяльності, активізації експортних операцій, захист національного виробника і створення належної продукції імпортозаміщення. Виходячи з цього, необхідно виділити ряд суттєвих умов ринкової економіки, яким має відповідати певна система управління прибутковістю експортоорієнтованого підприємства. На авторське бачення, такими умовами є наступні:

- вихід підприємств на зовнішній ринок;
- посилення конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- збільшення частки ЗЕД у діяльності підприємств;
- співпраця окремих структурних підрозділів підприємств із спорідненими підрозділами іноземних підприємств;
- залучення іноземних фахівців для планування технологічних процесів виробництва;
- створення прозорої наскрізної інформаційної бази підприємства для співпраці з торговельними партнерами у системі ЗВТ+ і ЄС;
- використання інструментів ЗВТ+ для пошуку потенційних контрагентів на зовнішньому ринку;
- участь у міжнародних програмах, ярмарках та тендерах з питань розвитку міжнародного підприємництва;
- обмін факторами виробництва;
- імпортування якісних ресурсів;
- поглиблення міжнародного поділу праці (МПП) та спеціалізації на рівні захисту вітчизняного виробника;

– застосування механізмів передбачення проблемних ситуацій, які викликані внутрішньою організацією та факторами зовнішнього середовища;

– розробка стратегії розвитку підприємств відповідно до вимог та ЗВТ+ та інтеграції в ЄС;

– формування надійної кредитно-платоспроможної історії для підписання довгострокових зовнішньоекономічних контрактів та налагодженні нових партнерських зв'язків.

У таблиці 3.5 наведено становлення сучасних теорій управління прибутковістю підприємства в умовах ринкової економіки.

Таблиця 3.5

Становлення сучасних теорій управління прибутковістю підприємства в умовах ринкової економіки^{*,}**

Теорія прибутку, якій відповідає	Специфіка формування та управління прибутковістю **	Відповідність сучасним умовам ринкової економіки **
1	2	3
<i>Управління прибутковістю підприємства на основі базових факторів виробництва</i>		
Теорія трьох факторів виробництва – (неокласична економічна теорія: Ж. Б. Сей, ХІХ ст., Дж. Б. Кларк, кін. ХІХ–ХХ ст.) [93, с. 505; 253; 256; 296]	– розробка управлінських рішень у структурі активізації основних складових управління та підвищенні рентабельності в управлінні прибутковістю; – досягнення додатної продуктивності факторів виробництва у підвищенні рентабельності	– обмін факторами виробництва та імпортування якісних ресурсів; – поглиблення міжнародного поділу праці та спеціалізації на рівні захисту вітчизняного виробника
<i>Управління прибутковістю підприємства на основі максимізації його прибутку</i>		
Теорія рівноваги на ринку (неокласична економічна теорія: А. Маршалл, кін. ХІХ–ХХ ст.) [272]; Теорія граничної корисності (маржиналізм: Дж Кларк, ІІ пол. ХІХ ст.) [93, с. 505; 253]	– розробка управлінських рішень на основі впливу інноваційної функції на інші процеси виробництва – співставлення граничної величини витрат, вартості ресурсів та планового прибутку у зростанні рентабельності та підвищенні прибутковості	– вихід підприємств на зовнішній ринок; – посилення конкурентних позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках; – збільшення частки ЗЕД у діяльності підприємств

Продовження таблиці 3.5

1	2	3
Управління прибутковістю підприємства за умов його монопольної спрямованості бізнесу		
Теорія монопольного становища (маржиналізм: Е. Чемберлін, Д. Робінсон, кін. XIX ст., П. Самуельсон, XX ст.) [228, с. 33; 184, с. 42; 189, с. 254–255]	– розробка управлінських рішень щодо максимізації прибутку та підвищення прибутковості в здійсненні моніторингу ринкової ситуації та управління виробничими процесами	– управління прибутковістю підприємства за умов монопольної спрямованості його бізнесу
Побудова механізму управління прибутковістю підприємства		
Теорія економічного розвитку (неокласична економічна теорія: Й. Шумпетер, I пол. XX ст.) [240]	– розробка та реалізація управлінських рішень щодо формування прибутку підприємства на основі системності і комплексності	– застосування механізмів передбачення проблемних ситуацій, які викликані внутрішньою організацією та факторами зовнішнього середовища
Стратегічний розвиток в управлінні прибутковістю підприємства		
Теорія ділових циклів (інституціоналізм: В. Мітчел, поч. XX–XXI ст.) [93, с. 38]	– розробка управлінських рішень у змісті довгострокової стратегії розвитку і прогнозного планування рентабельності виробництва у розрізі окремих етапів економічного зростання	– розробка стратегії розвитку підприємств відповідно до вимог та ЗВТ+ та інтеграції в ЄС

* складено та обґрунтовано за [93, с. 438–505; 184, с. 42; 189, с. 254–255; 228, с. 33; 240; 253; 256; 272; 296];

** запропоновано автором

За таблицею 3.5 зазначимо, що на сьогодні як у формуванні, так і в управлінні прибутковістю підприємства покладено різноманітну сукупність взаємопов'язаних питань, центральною проблематикою яких є формування та підвищення прибутку. Також, важливим є дослідження абсолютного зростання прибутку та його відносної величини у системі умов ринкової економіки і показників виробництва (рентабельності). Через те, слід стверджувати, що подальший розвиток промислових підприємств визначатиметься характером їх співробітництва із зовнішнім ринком, а рівень прибутковості буде обумовлений можливостями пропонувати вітчизняну продукцію за кордоном.

Таблиця 3.6

Формування об'єктивності експортоорієнтованої діяльності підприємства в управлінні його прибутковістю

Чинник експортної орієнтованості	Об'єктивність експортоорієнтованої діяльності підприємства в управлінні його прибутковістю
<i>1</i>	<i>2</i>
<i>1. Вихід підприємства на зовнішній ринок</i>	
1. Закордонний попит на експортну продукцію	Проведення ефективних маркетингових досліджень
2. Якість продукції за стандартами ISO	Мінімізація витрат на виробництво якісної продукції
3. Технологічне забезпечення виробництва продукції на експорт	Залучення нових технологій та досягнення їх максимальної продуктивності
4. Фінансова незалежність підприємства	Акумуляція власних фінансових ресурсів
5. Рівень розвитку виробничого потенціалу, як об'єкт іноземного інвестування	Створення умов та досягнення відповідності виробничих потужностей вимогам іноземного інвестування
6. Експортне кредитування	Вибір вигідних умов експортного кредитування
7. Продумана цінова політика	Застосування ефективних методів ціноутворення
8. Виважена система квотування експорту	Співпраця з державними та недержавними організаціями щодо захисту прав виробників та сприяння експорту
<i>2. Посилення конкурентних позицій на внутрішньому і зовнішньому ринках</i>	
1. Кількість конкурентів та поява більш якісної продукції на цільовому ринку збуту	Детальне вивчення структури ринку, постачальників та характеристик пропонованої продукції
2. Наявність конкурентної переваги продукції підприємства	Розробка і впровадження рентабельних науково-дослідних і конструкторських проектів
3. Рівень інформованості підприємства про стан та зміни ринкової ситуації	Прогнозування змін у попиті та пропозиції та розробка заходів щодо їх передбачення
<i>3. Збільшення частки ЗЕД у діяльності підприємства</i>	
1. Зростання валютної ефективності експорту	Моніторинг змін курсу валют на міжбанківському ринку і специфіки здійснення біржових операцій для визначення вигідного моменту укладання і підписання зовнішньоторговельного контракту
2. Збільшення обсягів виробництва внаслідок укладання зовнішньоекономічних контрактів	Детальне вивчення умов зовнішньоторговельного контракту та розрахунок його ефективності

Продовження таблиці 3.6

1	2
3. Посилення конкуренції на внутрішньому ринку	Розрахунок рентабельності вкладу витрат у збільшення обсягів виробництва продукції на експорт внаслідок зменшення поставок на внутрішній ринок
4. Обмін факторами виробництва та імпортування якісних ресурсів	
1. Зменшення кількісних обмежень експорту	Розрахунок ефективності здійснення ЗЕД при зміні кількісних обмежень експорту
2. Зниження розмірів митних ставок та спрощення процедури митного оформлення	Розрахунок ефективності здійснення ЗЕД за умови зміни процедур митного оформлення
3. Державна підтримка експорту шляхом створення міждержавних преференцій	Розрахунок ефективності здійснення ЗЕД за умови зміни умов торговельних преференцій
4. Цінова еластичність імпортованих ресурсів та факторів виробництва	Проведення ефективних маркетингових досліджень щодо пошуку найменш витратомістких варіантів імпорту ресурсів та факторів виробництва
5. Збільшення валютної ефективності від імпорту ресурсів та факторів виробництва	Моніторинг змін курсу валют на міжбанківському ринку та специфіки біржових операцій для визначення вигідного моменту укладання зовнішньоторговельного контракту про поставку ресурсів і факторів виробництва
6. Спрощення процедури митного оформлення при імпорті ресурсів та факторів виробництва	Розрахунок ефективності імпорту ресурсів та факторів виробництва за умови зміни процедур митного оформлення
7. Поява альтернативної матеріально-сировинної бази для виробництва продукції на експорт	Визначення рентабельності застосування альтернативної матеріально-сировинної бази для виробництва продукції на експорт
8. Умови договірних зобов'язань між власниками ресурсів та виробниками продукції	Розрахунок ефективності виконання договірних зобов'язань зовнішньоекономічного контракту з приводу імпорту ресурсів та факторів виробництва
9. Міжнародна підприємницька діяльність	Визначення пріоритетності виробничої, торговельної та сервісної співпраці з іноземним партнером на основі прогнозного розрахунку величини отриманого ефекту

Продовження таблиці 3.6

1	2
5. Поглиблення міжнародного поділу праці та спеціалізації на рівні захисту вітчизняного виробника	
1. Спеціалізація виробництва високотехнологічної продукції та науково-технічне співробітництво	Розробка самостійних бізнес-планів на виробництво спеціалізованої високотехнологічної продукції на експорт
2. Утворення спільних підприємств	Орієнтація виробничих програм підприємства на отриманні планового прибутку від участі у спільному підприємстві

* складено та запропоновано автором

Якщо прийняти до уваги те, що під впливом пострадянських трансформацій та сучасного посилення ефекту світових кризових явищ значна кількість вимог до виходу на іноземний ринок набуває рекомендованого і варіативного значення, то їх адаптивна складова повинна бути обґрунтована лише у внутрішній структурі управління підприємства. З огляду на це, в цьому питанні має бути виділено ряд чинників, які визначають об'єктивність експортоорієнтованої діяльності вітчизняного виробника в управлінні його прибутковістю та мають відповідати наведеним умовам відкритої економіки (див. табл. 3.6). Зазначимо, що у процесі здійснення управління прибутковістю підприємства необхідно сформувавши ряд завдань, які стосуватимуться сутності наведених умов, їх чинників та об'єктивності експортоорієнтованої діяльності. Зміст таких завдань дозволить сформувавши належну структуру управління прибутковістю, виділити конкурентні позиції та потенційно вигідні сторони здійснення ЗЕД за вимогами інтеграції та ЗВТ+.

Методичні підходи економічного розвитку у вирішенні проблем планування експортної спрямованості вітчизняних підприємств. Наведені дослідження дають змогу зрозуміти, що будь-які елементи виробництва продукції на експорт мають бути представлені як ланцюг дій окремих бізнес-процесів, що здатні генерувати певну споживчу цінність на основі залучення окремих видів потенційно доступних ресурсів. Через те, розробка належного підходу до функціонування економічної системи будь-якого підприємства керується різномісними властивості до розвитку та ґрунтується на декількох важливих елементах сучасного управління, а саме:

– забезпечення підтримки зі сторони інформаційних технологій для моделювання можливостей підприємства;

- рівень організаційної та інноваційної діяльності;
- кваліфікаційний потенціал персоналу та людський капітал

[78, с. 24; 126, с. 36–38].

За постулатами економічної теорії наведені елементи можна вважати як наслідками переходу постсоціалістичних країн до ринкової економіки, так і результатом переходу до нової системи господарювання, яка базується на інституційних змінах в економіці. Щодо вітчизняних підприємств та їх виходу на міжнародний ринок, такі трансформації пов'язані з роздержавленням та приватизацією, формуванням дворівневої банківської системи із розмежуванням функцій центрального і комерційних банків, створенням небанківських фінансових інститутів, а також організацією нової структури оптової торгівлі за допомогою товарних, фондових, валютних та фрахтових бірж [70, с. 11–113; 152, с. 9–51; 162, с. 292–297]. Виходячи з цього, планування експортної орієнтованості вітчизняних промислових підприємств за сучасних умов господарювання є дещо ускладненим, проте, якщо прийняти до уваги можливості, які надаються в рамках Угоди про асоціацію Зони вільної торгівлі з ЄС та членства України в СОТ, вони приймають лише адаптивний характер розвитку.

На сьогодні, вітчизняний промисловий виробник у своїй експортній спрямованості є цілком залежним від так званої «вигідної економіки», яка характеризується відсталістю технологічної структури виробничого сектору, високим рівнем затратності виробництва для задоволення запитів споживачів, посиленням впливом умов зовнішнього середовища поряд із внутрішнім [70, с. 113].

Для кожної економічної системи характерна своя окупність у часі, яка може супроводжуватися як спадною, так і зростаючою продуктивністю циклічного розвитку, що покладається на самостійність її макроекономічних показників від умов зовнішнього середовища [118, с. 26; 140, с. 21].

У цьому випадку, Україна є надзвичайно залежною від умов економіки ЄС, а особливо тоді, коли йдеться про окремі етапи співробітництва із контрагентами країн-партнерів ЗВТ+. Відповідно до тривалості економічних циклів, національний виробник приймає ту модель функціонування, яку представляють можливості економічної системи у ньому. Крім того, лібералізація зовнішньої торгівлі із країнами ЄС дала змогу зрозуміти, що експортна діяльність вітчизняних виробників безпосередньо залежить від курсу валют, як індикатора зміни вкладених витрат та отримання прибутку,

а також – від здійснення імпорتنих операцій, що забезпечують виробничий процес сировиною, матеріалами і продуктами НТП. Також, актуальними залишається питання про поточне котирування валют, що є вагомим економічним інструментом національного господарства та набуває важливого значення у формуванні партнерських зовнішньоторговельних відносин. Головним чином, це пов'язано з тим, що при плануванні експортних операцій та активізації виходу вітчизняних підприємств на глобалізовані ринки ЄС, зазначений інструмент є засобом:

- зіставлення вітчизняної ціни із ціною виробництва на закордонних ринках;

- зіставлення цін структур і результатів суспільного виробництва різних країн;

- інтернаціоналізації грошових одиниць окремої країни на користь перерозподілу доходів між виробниками, що вступають в експортно-імпортні відносини [70, с. 181; 152, с. 418–423].

Разом з окресленими поняттями, зазначимо, що залежності від валютного спот-курсу та котирування, на внутрішньому ринку виникають інфляційні диспропорції, що безпосередньо здатні впливати на зміну умов зовнішньоекономічних контрактів, імпорту сировини та експорту готових виробів, а особливо тоді, коли зазначені операції здійснюються за плаваючими ставками.

Згідно постулатів економічної теорії, сутність економічних наслідків інфляції для планування експортної спрямованості підприємств слід обґрунтувати у наступному:

- послаблення інвестиційної активності зі сторони закордонних та внутрішніх інвесторів, оскільки при зростанні цін зменшується пропозиція і скорочуються обсяги виробництва;

- зростання спекулятивних операцій та зниження потреби у виробництві продукції на експорт з причини вкладу фінансових коштів у комерціалізовані структури внутрішнього ринку, які за допомогою сфери обігу приносять більше прибутку, ніж втрат і ризиків при створенні благ;

- збільшення імпорту тих товарів, які до зростання інфляції було вигідніше виробляти;

- розірвання експортних кредитних угод, що є джерелом фінансування виробництва продукції на закордонний ринок, оскільки кредиторів не вигідно надавати довгострокові позики під низькі відсотки.

Окремим випадком для впливу на поведінку експортоорієнтованого підприємства є інфляція витрат, яка характеризує такий стан економіки, за якого відбувається підвищення цін внаслідок збільшення витрат виробництва [70, с. 188–190; 131, с. 229–230; 130, с. 132–133]. Щодо вітчизняних товаровиробників, така ситуація є дещо нестандартною. Це пояснюється тим, що разом із збільшенням витрат на матеріали і сировину, які імпортуються із-за кордону, підприємства змушені підвищувати ціну не тільки для продажу на зовнішньому ринку, а також і на внутрішньому. Виробничий процес стає більш дорожчим та матеріаломістким. Головною суперечністю є те, ще не всі виробники зможуть досягнути планових обсягів виробництва та продажу, оскільки поряд із продукцією вітчизняного виробника, на закордонному ринку існує ряд конкурентних аналогів, витрати, на виробництво яких є значно меншими.

Відповідно до закону попиту і пропозиції, закордонний споживач буде обирати товар з нижчою ціною. Що стосується внутрішнього ринку, покупець частіше здійснює вибір на користь дешевого імпорту, ніж готовий віддати перевагу більш дорогій продукції, яка за вартістю скоригована на покриття витрат на імпортовану сировину і матеріали.

Поряд з цим, важливою детермінантою інфляції витрат при здійсненні експортних операцій є інноваційна складова, яка на думку Мельник О. Г. визначається трансформацією продуктивності вектора «праця–капітал» ($L \leftrightarrow K$). В основі цієї залежності лежить диференціювання вартості капіталу на працю, функція якого змінюватиметься відповідно до функціональності праці під час створення технологічних інновацій. Це означає, що вартість виробництва буде дорівнювати похідній функції капіталу від продуктивності праці [140, с. 18–19; 107, с. 128–129].

Для того, щоб систематизувати окреслені тенденції, слід навести узагальнену таблицю методичних підходів, що лежать в основі теорії економічного розвитку, базуються на окремих показниках, що здатні впливати на управлінські рішення та можуть бути спрямовані на вирішення проблем планування експортної спрямованості підприємств (табл. 3.7). Зазначимо, що ключовими методичними підходами теорії економічного розвитку у вирішенні проблем планування експортної спрямованості вітчизняного підприємства, на сьогодні, мають стати лише ті, які безпосередньо стосуються зменшення витрат на оптимізацію наявних можливостей.

Таблиця 3.7

Методичні підходи теорії економічного розвитку у вирішенні проблем планування експортної спрямованості вітчизняних підприємств^{*,}**

Методичний інструментарій та заходи за сучасних ринкових умов	Показники для прийняття управлінських рішень щодо стимулювання експорту
1	2
1. Оптимізація вибору ресурсів	
<ul style="list-style-type: none"> – застосування моніторингу та методів економічного аналізу господарської діяльності як засобів управління ресурсами [26, с. 9–13]; – застосування закону альтернативної вартості ресурсів в межах ланцюга споживчої вартості; – аутсорсинг виробничих ресурсів; – покращення ресурсообігу за допомогою поглиблення зв'язків на основі мережевого рітейлу [55, с. 205–206]; – оцінка еластичності ланцюга поставок ресурсів [119, с. 35] 	<ul style="list-style-type: none"> – економічної ефективності виробництва продукції на експорт: продуктивність праці, фондомісткість, фондовіддача, фондоозбросеність, капіталомісткість, капіталовіддача; – коефіцієнти автономії, маневрності власних коштів, фінансової стійкості, оборотності активів та власного капіталу, ліквідності; – рентабельності виробництва, продукції, активів, власного капіталу; – технологічна матеріаломісткість, трудомісткість та собівартість продукції на експорт; – кількісний показник еластичності поставок ресурсів; – ціновий показник еластичності поставок ресурсів
2. Зменшення рівня затратності виробництва товарів і послуг	
<ul style="list-style-type: none"> – застосування методів економічного аналізу як засобів управління витратами [26, с. 9–13] – скорочення витрат на збут, рекламу і створення роздрібною мережі; – зменшення витрат на зберігання запасів готової продукції; – оптимізація системи забезпечення виробничими ресурсами на основі мережевого рітейлу [55, с. 205]; – облік вартості валової та товарної продукції для конкретизації частки залучених ресурсів у загальній вартості виробництва [75, с. 145–146]; – визначення еталону вартості за операціями і процесами [123, с. 200] 	<ul style="list-style-type: none"> – гранична спадна прибутковість; – витрати на збут; – витрати на обслуговування; – витрати на залучення постачальників; – оптимістичний рівень затрат на процес (робіт, операцій); – найбільш ймовірний рівень затрат на процес (робіт, операцій); – витрати на процес; – витрати за роботою

Продовження таблиці 3.7

1	2
3. Використання впливу інфляції витрат	
<ul style="list-style-type: none"> – коригування планової вартості та обсягів постачання зовнішньоекономічних контрактів за умови; – підвищення цін на імпортні матеріали і сировину [22, с. 6–90; 70, с. 88–190; 162, с. 102–112]; – підвищення інноваційності виробничого процесу підприємства [140, с. 8–19] 	<ul style="list-style-type: none"> – темпи зміни інфляції та їх зміни; – обсяг інноваційного експортного виробництва; – вартість інноваційного експортного виробництва
4. Використання інструменту конвертованості валют	
<ul style="list-style-type: none"> – зіставлення вітчизняної ціни із ціною на закордонних ринках; – зіставлення цінових структур і результатів суспільного виробництва різних країн; – інтернаціоналізація грошових одиниць на користь перерозподілу доходів між виробниками, що вступають в експортно-імпортні відносини [70, с. 181; 162, с. 292–297] 	<ul style="list-style-type: none"> – внутрішня ціна експортної продукції; – ціна виробленої продукції на закордонному ринку; – різниця між внутрішньою та зовнішньою ціною експортоорієнтованої продукції; – витрати виробництва експортованої продукції у різних країнах світу; – різниця між валютними спот-курсами різних країн
5. Використання особливостей економічної системи забезпечувати функцію окупності у часі та циклічності економічного розвитку	
<p>Модифікація економічного потенціалу підприємства на рівні:</p> <ul style="list-style-type: none"> – відносин з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання; – взаємодії із продуктивними силами на основі законів попиту і пропозиції, економічної рівноваги та конкуренції [55, с. 204–205]; – використання чинника «часу» для впливу на економічне становище підприємства [140, с. 21; 118, с. 26]; – використання переваг ЗВТ+ 	<ul style="list-style-type: none"> – показник окупності у часі витрат на здійснення маркетингових досліджень зовнішнього ринку; – показник окупності у часі техніко-інноваційних витрат на виробництво продукції на експорт; – показник окупності у часі операційних витрат виробництва продукції на експорт

* складено, обґрунтовано та запропоновано автором за [22, с. 86–90; 26, с. 9–13; 55, с. 204–206; 70, с. 81–190; 75, с. 145–146; 118, с. 26; 119, с. 35; 123, с. 200; 140, с. 18–21; 162, с. 292–297]

** запропоновано автором

Важливим, у цих питаннях є не тільки пошук альтернативних варіантів залучення ресурсів та визначення затратомісткості виробництва, а і адаптація до впливу умов зовнішнього середовища, таких як: зміна економічної системи та окупність у часі, циклічність розвитку, конвертованість валют та інфляція. Надалі, зупинимося на розгляді інших методичних підходів економічної теорії, із подальшою їх систематизацією у плануванні експортної спрямованості підприємства. Такі підходи стосуються сутності ринкової економіки та відносин, що виникають при розгортанні функції відтворення у ній. Через те, окремо слід виділити: риси, структуру, рівновагу та функції ринку, особливості організації підприємницької діяльності та види економічної конкуренції, з якими стикається суб'єкт господарювання при виході на зовнішній ринок.

Перш за все, рушійними силами та основними рисами, які характеризують сучасні ринкові відносини та обумовлюють експортні можливості вітчизняних підприємств, є наявність економічної свободи; автономність дій; мобільність ресурсів та факторів виробництва; конкуренція та інформованість про суб'єктів ринку; соціалізація і глобалізація економічних зв'язків. Такі позиції, чітко обґрунтовують та визначають структурні особливості формування експортних ринкових відносин зі сторони ключових функцій, які розкриваються у процесі взаємодії підприємства із іншими суб'єктами ринку, а саме: регулювання, стимулювання, розподілу, санації, алокаційності, інформативності та інтеграції [93, с. 196–201]. З огляду на це, слід звернути увагу на дослідження Бойко О. О., яка стверджує, що в основі формування стратегії виходу експортної продукції на іноземний ринок має стати визначення географічної віддаленості, розміру витрат на постачання та прийняття до урахування можливих політичних ризиків, що суперечать виходу на той чи інший сегмент ринку, а також, вивчення можливостей цільового бізнес-середовища реагувати на появу нової продукції на ньому. Поряд з цим, науковець зазначає, що на сьогодні, вітчизняні виробники більше віддають перевагу методу прямого експорту та спільної підприємницької діяльності. Якщо виробник володіє достатніми виробничими потужностями та володіє достатніми можливостями для виробництва конкурентоздатної продукції, його діяльність буде орієнтуватись на метод прямого експорту. В іншому випадку, підприємства працюють на принципах давальницької схеми виробництва та пропонують дешеву робочу силу, порівняно із затратами на працю за кордоном [24, с. 32, 35].

На нашу думку, найбільш доцільними методичними підходами в даних питаннях мають стати ті, які дозволяють визначити потенційні можливості підприємства зайняти впевнену нішу на ринку. Такими підходами є:

1. Досягнення необхідних якісних параметрів експортної продукції за допомогою використання інструментів стандартизації, сертифікації і метрології.

2. Використання альтернативних варіантів постачання закордонної сировини і матеріалів на основі деталізованого аналізу логістичних витрат, розрахунку можливих втрат, перевитрат, компенсації ризиків тощо.

3. Впровадження та використання сучасних інформаційних технологій та програмних продуктів з метою багатофакторного аналізу індикаторів цільового ринку, його споживачів, конкурентів, виробників та інших суб'єктів.

З цих позицій, доцільно зупинитися на тому, що для допомоги експортерам з країн, які не є членами ЄС, з боку самої організації було створено сайт «EU Export Helpdesk, на якому можливо знайти будь-яку чинну інформацію щодо правил та положень експортування продукції з інших країн, розмірів мит, екологічних, технічних та ринкових вимог, маркування та дії преференцій. Для того, щоб отримати ту чи іншу інформацію, необхідно знати код потенційного товару, країну, що є імпортером та країну, що може бути експортером. Крім того, відвідувачі такого інтернет-ресурсу мають можливість познайомитись із статистикою продажу конкретного товару на ринку ЄС, визначити тенденції попиту і пропозиції, а також з'ясувати вигідність здійснення експортно-імпоротної діяльності окремими товарами [24, с. 38].

Поряд із зазначеними питаннями Герасименко А. Г., Боровик Ю. І. та Афендікова С. В. вважають, що з метою деталізації дослідження структури ринку та його особливостей створювати належні умови для входу в окремі сегментовані зони, необхідно виділити три рівні оцінки:

1. Горизонтальний – досліджуються особливості однорідної продукції різних виробників, які будуть конкурувати із експортованими аналогами вітчизняного підприємства.

2. Вертикальний – здійснюються дослідження щодо визначення можливостей вітчизняного підприємства співпрацювати із різними суб'єктами господарювання, виявлення загроз та сильних сторін підписання потенційних зовнішньоторговельних контрактів.

3. Потенційний – досліджуються ризики входу на ринок продукції взаємозамінників [42, с. 53–55].

Такий комплексний аналіз структури ринку дає змогу визначити не тільки можливості входу підприємства у його сегменти, а й надати уявлення про принципи і методи здійснення продажу на ньому, а особливо за умов посиленої конкуренції.

На рис. 3.3 наведено логічно-систематизовану схему використання розглянутих вище методичних підходів до аналізу структури зовнішнього ринку та планування експортної спрямованості вітчизняних підприємств, згідно якої зазначимо наступне:

- поряд із загальноприйнятими підходами, при виході на зовнішній ринок, необхідно ретельно досліджувати та вивчати значення багатьох показників на рівні вертикального, горизонтального і потенційного рівнів аналізу;

- аналізовані показники, разом із нетрадиційними та загальноприйнятими методичними підходами дозволять спрогнозувати експортну позицію підприємства та дадуть змогу розробити подальший план дій щодо доцільності планування ЗЕД на тому чи іншому сегментів ринку;

- за умови концентрації великої кількості конкурентних поставальників, ринок може самостійно впливати на вхід нової продукції у його структури, діяльність суб'єктів господарювання стає неконтрольованою, а процес визначення переваг і недоліків при появі альтернативних товарів-замінників активізується.

Поряд з наведеними методичними підходами, при виході вітчизняних підприємств на зовнішній ринок та формуванні їх експортної спрямованості, необхідно також враховувати особливості форм організації підприємницької діяльності. На нашу думку, як окремий розділ економічної теорії, типізація підприємницької діяльності досить по-різному розкриває можливості до налагодження зовнішньоторговельних зв'язків. Перш за все, це пов'язано з тим, що на сьогодні, відповідно до видів підприємницької діяльності, у процесі підписання експортного контракту може бути залучено велику кількість допоміжних інститутів. Такі інститути є окремими суб'єктами господарювання, які переважно надають послуги щодо забезпечення умов для уникнення ризиків в процесі ЗЕД. Через те, ми вважаємо, що у процесі планування експортної спрямованості вітчизняний виробник повинен співпрацювати з внутрішніми та іноземними економічними суб'єктами.



Рис. 3.3. Методичні підходи аналізу структури зовнішнього ринку у плануванні експортної спрямованості вітчизняного промислового підприємства^{*,}**

^{*} складено та систематизовано автором за [24, с. 32–38; 42, с. 53–55; 70, с. 196–201]

^{**} запропоновано автором

Внутрішніми та іноземними економічними суб'єктами є:

- консультанти, технологи та конструктори з організації виробництва окремого виду продукції (виробничий тип підприємницької діяльності);
- незалежні фінансові аналітики і експерти, економісти банківських структур (фінансовий тип підприємницької діяльності);
- агенти з продажу, митні та біржові брокери, маркетингологи великих компаній (торговельний та посередницький тип підприємницької діяльності);
- страхові агенти (страховий тип підприємницької діяльності);
- науковці провідних дослідницьких центрів (інноваційний тип підприємницької діяльності) [70, с. 73].

Смірнов В. П. стверджує, що найбільш важливими методологічними підходами економічної теорії, навколо яких будуються сучасні ринкові відносини, є лише ті, що здатні поєднати чотири інструменти розвитку підприємництва, а саме: праця, знання, економіка та суспільство. Виходячи з цього, класичні представники вивчення підприємництва притримувались обмежених принципів щодо максимізації доходу, мінімізації ризиків, альтернативності рішень, реакції на зміни і мотивацію, а неокласичний – дав змогу звернути увагу на більш ширші поняття, які функціонують дотепер. Потреба у таких підходах досить чітко проявляється в перехідному типі економічної системи, який притаманний для України з усіма похідними умовами розвитку ринкових відносин у ній [284, с. 15–18]. З огляду на це, згідно постулатів неокласичної теорії щодо розуміння сучасної практичної сутності підприємницької діяльності, зовнішньоторговельна спрямованість вітчизняних виробників повинна опиратись на інноваційну складову, яка полягає в диференціації та деформації класичних підходів до виробництва продукції на експорт. Якщо класичні підходи обмежуються плановим доходом, покладаються на досвід до виробництва минулих періодів, а також функціонують на основі окремого варіанту прийнятих рішень і дій, то неокласичні – направлені на впровадження нових інновацій та ідей. Неокласичні підходи планування експортної спрямованості підприємства наголошують на важливості оптимізувати варіанти отримання додаткового прибутку на зовнішньому ринку, застосування нових методів збуту продукції, досягнення мінімізації витрат, підвищення якості продукції, розробки різноманітних сценаріїв розвитку бізнесу за допомогою альтернативних програм стратегічного управління та прогнозування ринкових змін.

Детермінанти можливостей мікросередовища та зовнішнього ринку в управлінні прибутковістю експорторієнтованих підприємств. На сьогодні, загальні трансформації макроекономічної ситуації щодо розвитку зовнішньої торгівлі України із країнами ЄС та далекого зарубіжжя здійснюють значний вплив на формування планових обсягів експортної продукції і визначають подальші тенденції до підписання зовнішньоекономічних контрактів з постачання готової продукції, а також сировини для її виробництва. Інтеграційні процеси, вимоги ЗВТ+ та похідні наслідки лібералізації ринків створили ряд позитивних та водночас суперечливих сторін стимулювання діяльності вітчизняних експорторієнтованих підприємств, що визначають можливості мікро- та макросередовища в управлінні їх прибутковістю. Щоб прослідкувати прикладні аспекти вище окреслених тенденцій, необхідно звернути увагу на показники зовнішньоторговельного балансу України за 2015–2019 рр. (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Зовнішньоторговельний баланс України, млн дол.*

Рік	Експорт	Імпорт	Сальдо
Всього			
2015	46804,2	42976,0	3828,2
2016	45112,7	44571,1	541,6
2017	52579,5	55080,6	-2501,1
2018	57280,9	63493,7	-6212,8
2019	63675,6	67308,7	-3633,1
Темп зростання, %	136,05	156,62	–
Країни ЄС			
2015	15339,5	18075,9	-2736,4
2016	15827,5	19558,7	-3731,2
2017	20157,6	23330,2	-3172,6
2018	24136,9	26572,3	-2435,4
2019	25040,3	28560	-3519,7
Темп зростання, %	163,24	158	–
Інші країни світу			
2015	35468,3	31708,2	3760,1
2016	35360,3	35334,0	26,3
2017	41905,3	42952,3	-1047,0
2018	33144	36921,4	-3777,4
2019	38635,3	38748,7	-113,4
Темп зростання, %	108,93	122,2	–

* складено автором за [86; 198, с. 6]

Якщо звернути увагу на динаміку торговельного балансу України у розрізі 2015–2019 рр., слід зазначити, що не дивлячись на те, що сальдо зовнішньої торгівлі із країнами ЄС є від'ємним (у 2019 р. становить –36331 млн дол.), упродовж аналізованого періоду спостерігається позитивна динаміка темпів зростання як експорту (136,05 %), так і імпорту (156,62 %). При цьому, темпи зростання експорту в країни ЄС перевищують аналогічний показник по імпорту на 5,24 %.

Загалом, із даних таблиці 3.8 видно, що у 2017–2019 рр. сальдо зовнішньоторговельного балансу є від'ємним та свідчить про те, що для вітчизняних промислових підприємств досить не просто втримувати свої конкурентні позиції як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках. Це пояснюється тим, що до ратифікації Угоди про ЗВТ+ між Україною та ЄС (до 2017 р.), вітчизняний ринок та ринки ЄС не були в повній мірі лібералізовані, окрім домовленостей про зниження тарифних ставок мит. В подальшому, після офіційного набуття чинності Угоди про ЗВТ+, посилюється тенденція до активного наповнення європейськими товарами внутрішніх сегментів збуту і як наслідок виникає ряд перешкод до зростання обсягів виробництва вітчизняних підприємств, що обумовлено порушенням рівноваги між попитом на пропозицію. Через те, на сьогодні, значна частка продукції європейської якості представляється на вітчизняних ринках, створює складні конкурентні умови для розвитку українського виробництва та заперечує аспекти його протекціонізму. Разом з тим, позитивним є те, що зниження ставок мит сприяло зближенню національних виробників із контрагентами ЄС, проте, ускладнило процеси імпортозаміщення. Через те, перед вітчизняними виробниками поставлено низку важливих завдань щодо активізації їх ЗЕД згідно правил членства в СОТ та ЗВТ+. Для того, щоб бути більш експортоорієнтованими, ніж імпортозалежними, підприємства повинні здійснити ряд інноваційних та диверсифікованих перетворень у структурі їх виробництва. В першу чергу, це пов'язано з тим, що закордонний споживач та ринки ЄС прагнуть віддати перевагу лише тим якісним характеристикам, які вказані у міжнародних стандартах, а не є гармонізованими на рівні внутрішнього ринку.

У процесі дослідження викладеного, неодноразово було акцентовано увагу на внутрішньому середовищі підприємства, яке обумовлює можливості до продукування продукції у розрізі якісної роботи його основних етапів. Ми вважаємо за доцільність виділити

декілька детермінант, які здатні розкрити особливості активізації експортної орієнтованості підприємства та формування структури його прибутковості через мікроекономічні процеси та їх ринковий зв'язок. Головною проблематикою таких питань є вихід вітчизняного виробника на зовнішній ринок та результативність продажу продукції на ньому.

На думку Ванічкової Р., сучасні процеси функціонування підприємства та запуску його виробництва є значно ускладненими. Це пояснюється тим, що разом із плануванням, передбаченням кількості ресурсів, сировини і матеріалів, транспортуванням та митними формальностями, під час виходу суб'єкта господарювання на зовнішній ринок, необхідно розмежовувати вимоги до замовлення та нормативи виробництва. Наразі, з метою продукування продукції на експорт встановлено ряд правил та нормативів, які слід дотримуватися підприємству, а саме:

1. При замовленні ресурсів, сировини і матеріалів базовими вимогами є відповідність якісних характеристик готових виробів стандартам ЄС, а також, фіксованість витрат на транспортування, митні формальності і організація робочих місць.

2. У процесі розгортання етапів продукування, до ключових вимог слід віднести дотримання обмеженості витрат на купівлю ресурсів, сировини і матеріалів, їх обробку та набуття досвіду у технології виробництва [292, с. 107].

Ми вважаємо, що такий підхід дозволить прослідкувати передумови утворення ринкового зв'язку із мікросередовищем підприємства, оскільки передбачає поетапне та конкретне відстеження фінансових умов виробництва продукції на експорт. Як результат, це сприятиме формуванню моделі структури прибутковості через величину доходів від реалізації продукції за окремим виробничим циклом. В цьому випадку, базовим орієнтиром, на який покладається сучасний виробник є ринковий попит, а показники динаміки, які відслідковуються під час маркетингових досліджень, дадуть змогу визначити необхідність внесення змін в обсяги замовлення ресурсів, вклад витрат та планування виробництва на наступний період.

Керуючись цим, ринковий взаємозв'язок мікросередовища підприємства та характер його експортної активності слід розглядати зі сторони роботи над зміцненням конкурентних позицій, вирішення дискусійних питань із постачальниками, споживачами та інституційними одиницями зовнішнього середовища, які надають послуги для здійснення ЗЕД (банки, страхові компанії, рекламні

агентства, консалтингові служби та інформаційні структури) [163, с. 121–122]. Якщо звернути увагу на формування сутності технології розгортання етапів виробництва та замовлення необхідних для цього ресурсів, зазначимо, що на сьогодні, вітчизняні виробники повинні опиратись на ряд продуктивних і інноваційних змін у їх діяльності, адже розширення експортних ринків збуту та збільшення обсягів продаж вимагатиме запуску нових технологій та модернізації наявних. В цьому випадку, саме інноваційна діяльність спроможна забезпечити отримання конкурентних переваг на цільовому сегменті збуту, оскільки є тією важливою детермінантою, яка стимулює активізацію експортної спрямованості, визначає можливості виробництва більш якісної продукції за вимогами стандартів ЄС та має властивість сприяти підвищенню прибутковості. Для реалізації цих завдань, вітчизняним виробникам пропонується:

1. Долучення до використання Структурних фондів ЄС з метою розробки інноваційної політики виробництва експортної продукції та фінансування структурних перетворень підприємства.

2. Долучення до проекту INNO-Metrics з метою визначення джерел та моделей інноваційної активності в економіці, а також формування експортної стратегії розвитку підприємства за допомогою використання двох ключових інструментів:

- Європейське інноваційне табло (European Innovation Scoreboard – EIS), яке дає змогу здійснювати моніторинг статистичної інформації про існуючі та результативні інновації на підприємствах країн Європи;

- Іннобарометр (Innobarometer), який дає змогу здійснити пошук інвесторів та потенційних партнерів у країнах-членах ЄС.

3. Збереження спеціалізації вітчизняних експортерів шляхом їх співробітництва з місцевими виробничими кластерами стосовно використання нових інноваційних продуктів та інтелектуального розвитку НДІ [205; 212, с. 73; 257, с. 23–24].

У таблиці 3.9 наведено структуру детермінант можливостей мікросередовища та зовнішнього ринку в активізації експортної спрямованості вітчизняних підприємств за умов інтеграції до ЄС.

Особливістю запропонованої структури є формування окремих груп детермінант, які ґрунтуються на окреслених тенденціях, включають вимоги до посилення експортних позицій та інструментарій для їх досягнення у формуванні прибутковості. Детермінанти мікросередовища базуються на визначенні ефективності замовлення ресурсів та розгортання етапів виробничого процесу.

Таблиця 3.9

**Детермінанти можливостей мікросередовища та зовнішнього ринку
в активізації експортної спрямованості вітчизняних підприємств
за умов інтеграції до ЄС^{*,**}**

Детермінанта	Вимоги до активізації експортної діяльності підприємства	Інструментарій представлення у формуванні структури прибутковості
1	2	3
<i>Детермінанти мікросередовища</i>		
Ефективність замовлення ресурсів	– відповідність якісних характеристик продукції стандартам ЄС; – фіксованість витрат на транспортування, митні формальності та організацію роботи; – стабільність постачання і скорочення посередників при замовленні	– стандарти ЄС; – технічна документація; – оцінка відповідності
Ефективність розгортання етапів виробництва	– дотримання обмеженості витрат на купівлю ресурсів, сировини і матеріали, їх обробку та набуття досвіду у технології виробництва продукції на експорт	– побудова економіко-математичної моделі прогнозування витрат на виробництво експортної продукції ^{**,*}
<i>Ринкові детермінанти</i>		
Орієнтація на конкурентів	– розширення частки ринку шляхом не цінової конкуренції; – горизонтальна інтеграція з партнерами цільового ринку; – підвищення якості продукції власних торгових марок і брендів	– використання конкурентних переваг у розрізі окремих видів продукції [*]
Орієнтація на споживачів	– утворення робочої групи або створення маркетингового відділу; ^{**} – підтримка контактів з постійними клієнтами та споживачами ^{**}	– маркетингові заходи; – покращення сервісу, знижки
Орієнтація на контактні аудиторії	– налагодження вигідних взаємовідносин з банками, страховими компаніями, рекламними агентствами, консалтинговими службами, ЗМІ	– програми фінансування та страхування; ^{**} – інформація про продукцію ^{**}
<i>Інноваційні детермінанти</i>		
Використання структурних фондів ЄС для фінансування виробництва	– позитивна динаміка платоспроможності, ліквідності обігових коштів, кредитоспроможності та окупності фінансових ресурсів у часі; ^{**} – наявність відповідного людського капіталу для забезпечення розробки інноваційних програм ^{**}	– побудова економіко-математичної моделі прогнозування періодів отримання прибутку від експорту ^{**}

Продовження таблиці 3.9

1	2	3
Долучення до проекту INNO-Metrics	– відкритість статистичної інформації про діяльність підприємства для потенційних партнерів ЄС; – створення проекту моделі залучення інвестицій для представлення її потенційному партнеру з ЄС	– Європейське інноваційне табло; – Іннобарометр
Збереження та посилення спеціалізації	– співробітництво із місцевими виробничими кластерами з питань експорту; – участь фахівців підприємства у проєктах НДІ	– представлення власних НДКР, що забезпечують конкурентну перевагу підприємству на ринку ЄС**

* складено та обґрунтовано автором на основі [90, с. 21; 163, с. 121–122; 205; 212, с. 73; 257, с. 23–24; 292, с. 107]

** запропоновано автором

В основі ринкових детермінант покладено орієнтацію на конкурентів, споживачів та контактні аудиторії. Група інноваційних детермінант виділяє важливість використання структурних фондів ЄС для фінансування виробництва, долучення до проєкту INNO-Metrics, а також акцентує увагу на збереженні та посиленні спеціалізації вітчизняних промислових виробників.

На думку авторів, у формуванні структури прибутковості підприємства на основі активізації його експортної спрямованості, необхідно використати ряд інструментів щодо здійснення робіт з проєктування параметрів продукції, ефективного замовлення ресурсів, оцінювання ринкової ситуації та безпосередньо розгортання окремих етапів виробничого процесу. З набуттям повноправного членства України в СОТ та прискоренням інтеграційних процесів в рамках створення ЗВТ+, для вітчизняних виробників відкрились нові можливості щодо використання необхідних інструментів, які дозволяють досліджувати ринок ЄС з метою залучення інвестицій та формування довгострокових партнерських зовнішньоторговельних відносин. Важливим у цих питаннях має стати готовність українських промисловців належним чином будувати економіко-математичні моделі ефективного розвитку партнерських відносин щодо здійснення ЗЕД, надавати достовірну статистичну інформацію про діяльність та платоспроможність підприємства, його кредитну історію, показники розвитку і виробничий потенціал.

Використання інструментів проєкту INNO-Metrics (Європейське інноваційне табло та Іннобарометр) свідчить не тільки про

розширення відкритості ринку ЄС для українських експортерів, а і про можливості обміну досвідом та використання інноваційних продуктів ЄС на вітчизняних підприємствах. Інновації в НТП дадуть змогу розвивати своє виробництва та посилити спеціалізацію.

Для доповнення наведених досліджень, слід зазначити, що на бачення Федулової Л., головним завданням, яке є актуальним для сучасних реалій українських підприємств є забезпечення сприйнятливості їх бізнесу та економіки в цілому до інновацій. Проте, для цього, необхідно здійснити ряд заходів як економічного, так і інституційного перетворення: підвищення інвестиційної привабливості окремих секторів, промислових груп та кластерів; створення фінансової підтримки у напрямі спрощення заходів податкового і тарифного регулювання зі сторони держави; посилення вимог технічного регулювання та сприяння митних режимів імпортувати закордонне устаткування і технологічні продукти НТП; створення державних програм розвитку малого бізнесу та проектів із розробки високотехнологічних продуктів для постачання за кордон [257, с. 25].

Окремі вчені стверджують, що впровадження нових технологічних стандартів повинно доповнюватись розширенням доступу вітчизняних підприємств до джерел довгострокового фінансування. Такі завдання мають бути вирішені на рівні національної монетарної і зовнішньоекономічної політики, адже за умови низької норми заощаджень і низьких внутрішніх доходів домогосподарств, спостерігатиметься тенденція до зниження попиту та блокування фінансування подальшого виробництва продукції на експорт, що суперечить положенням Угоди про асоціацію ЗВТ+ України та ЄС [23].

Поряд із викладеними дослідженнями, також, важливо звернути увагу на виділення й інших детермінант до активізації експортної спрямованості вітчизняних виробників, проте зі сторони внутрішньої підтримки Міністерства економіки, розвитку і торгівлі та тих програм, які створюють можливості для підвищення прибутковості, досягнення кращих фінансових результатів та розширення цільового ринку збуту. В цих питаннях доцільно зупинитись на урахуванні таких вимог:

– експортної стратегії розвитку України упродовж 2017–2021 рр. (регламентовано розпорядженням КМУ від 27.12.2017 р. № 1017-р «Про схвалення експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки») [72; 175];

– діяльності Ради з міжнародної торгівлі (регламентовано Положення про Раду з міжнародної торгівлі відповідно до поста-

нови КМУ від 04.07.2017 р. № 455 «Про утворення Ради з міжнародної торгівлі») [177; 179];

– Експортно-кредитного агентства (ЕКА) (регламентовано постановою КМУ від 07.02.2018 р. № 65 «Питання утворення Експортно-кредитного агентства»; законом України від 20.12.2016 р. № 1792–VIII «Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування і здешевлення кредитування експорту») [73; 172];

– Державної установи «Офіс з просування експорту України» (регламентовано наказом Мінекономрозвитку від 23.06.2018 № 864 «Про утворення Державної установи «Офіс з просування експорту України» та затвердження Положення про Державну установу «Офіс з просування експорту України») [59; 176].

З цих позицій зазначимо, що відповідно до програми Експортної стратегії розвитку України упродовж 2017–2021 рр., діяльності Ради з міжнародної торгівлі, ЕКА та ДУ «Офіс з просування експорту України», вітчизняні виробники отримали можливості не тільки до розширення потенційних ринків збуту, а разом з тим, мають змогу стимулювати свій економічний, виробничий та конкурентоспроможний потенціал. Як результат, це дозволить вплинути на формування структури прибутковості підприємства через функціонування таких ключових елементів як: маркетингові дослідження, ресурсне забезпечення, інноваційний потенціал та інтегрована система управління експортоорієнтованою діяльністю підприємства.

Таким чином, проведені дослідження дають змогу зрозуміти те, що для побудови продуманої структури управління прибутковістю за умов розвитку зовнішньоторговельних відносин в рамках інтеграції та вимог ЗВТ+, для вітчизняних підприємств необхідно врахувати значну кількість особливостей теоретичних і методичних підходів, а також тих детермінант, які визначають аспекти адаптації їх мікросередовища до глобалізованих систем зовнішнього ринку. Перш за все, такі елементи стосуються вивчення можливостей отримання конкурентних переваг, формування інформаційної бази для знаходження потенційних партнерів на ринку ЄС, використання переваг законодавчої бази та інструментів гармонізованого технічного регулювання, впровадження інноваційних проектів, обмін досвідом з питань підвищення кваліфікації кадрів, ресурсозабезпечення, управління, діагностики та планування.

3.3. Експортоорієнтовані підприємства у розвитку міжнародних економічних відносин

Експортоорієнтованість підприємства: сутність та особливості формування, експортоорієнтаційний статус у ключових атрибутах. Експортна спрямованість вітчизняних підприємств є одним із найважливіших шляхів розвитку підприємництва. Водночас, експортна діяльність підприємства, як специфічний вид міжнародної підприємницької діяльності, вимагає як відповідного ресурсного забезпечення, так і управлінського інструментарію розвитку, а також відповідного теоретичного обґрунтування.

У сучасному міжнародному бізнесі формується новий тип експортоорієнтованих компаній, які вирізняються переважаючою часткою експорту у загальному обсязі реалізованої продукції, стійким утриманням конкурентних позицій на зовнішніх ринках, високими експортними доходами. В той же час, категорія «експортоорієнтованість» застосовується як у визначенні категоріального апарату теорії експортоорієнтованого розвитку, так і для характеристики різних суб'єктів – від окремого підприємства до галузі, території, держави чи навіть міждержавного об'єднання. Теоретичне обґрунтування і виявлення засад формування експортоорієнтованості підприємств сприятиме розвитку останніх, створюючи можливість прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Експортну спрямованість підприємств у вітчизняній науці підтримували та вивчали такі науковці, як В.В. Бадрак, Є.В. Балицький, О.Г. Білорус, А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, В.І. Крамаренко, Н.М. Куреда, А.А. Мазур, В.М. Нижник, В.П. Онищенко, С.І. Пірожков, Ю.В. Полунєєв, В.М. Порохня, О.Б. Саліхова, Г.А. Семенов, М.Я. Стадник, П.П. Стичішин, О.І. Сухоруков, Ю.Ф. Терещенко. Ними запропоновані різноманітні теоретичні моделі й підходи переважно до з'ясування сутності, структурних характеристик та особливостей формування експортного потенціалу підприємства, що можуть слугувати основою для з'ясування сутності та особливостей формування експортної орієнтованості підприємств. Ознаки та особливості діяльності експортоорієнтованих підприємств вивчалася закордонними дослідниками, серед яких А.П. Кирєєв [99], А.М. Вічевич, О.В. Максимець [36], Н.С. Ричихіна, С.К. Куканина [122], С.Е. Сарсембекова [191], С.В. Терєбова [211], колектив авторів бізнесшколи «ЧЕ-ЛИНК» [134], проте характеристики щодо експортоорієнтованості ними не надавалися. Слід відмітити дослідження, про-

ведені О.С. Бірюком і С.О. Бірюком [19–21], якими визначено поняття «експортоорієнтована компанія» з виявленням умов їхнього виокремлення в специфічну групу: мікрорівневих (виробничих і маркетингових) та макрорівневих, пов'язаних із пріоритетами державної експортної політики і масштабами та кон'юнктурою внутрішнього ринку; обґрунтовано якісні та кількісні критерії віднесення компаній до групи експортоорієнтованих з урахуванням галузевої специфіки, а також виявлено тенденцію до зростання експортоорієнтованості в діяльності національних компаній економік відкритого типу. Проте загально визначеної дефініції експортоорієнтованості підприємства, як і окреслення підґрунтя, на якому вона базується, дотепер не існує. Тому актуальним є розкриття основ формування та уточнення сутності поняття «експортоорієнтованість підприємства». Розгляд сутності експортоорієнтованості підприємства вказує на домінування дещо спрощеного підходу до її визначення, що ілюструється різноманіттям у формулюванні категорії «експортоорієнтоване підприємство» в літературі (див. табл. 3.10).

Зауважимо, що визнання підприємства експортоорієтованим виключно за фактом здійснення експорту [36, 99] хоча і приваблює своєю відносною простотою, проте не відображає інших специфічних характеристик, зокрема, спроможності до експортоорієнтації, врегулювання діяльності на внутрішньому та зовнішньому ринках тощо. Разом з тим, обумовлюючи експорт як пріоритетне спрямування діяльності, у формулюванні сутності категорії «експортоорієтоване підприємство» на вказаній основі різними авторами наводяться відмінні між собою судження, які, як вважається, заслуговують коментарів. Так, щодо визначення, наданого колективом бізнес-школи «ЧЕ-ЛИНК» [134], слід зауважити, що експортоорієтованим може бути не лише промислове, а й підприємство будь-якої галузі, а визначення, надане С. В. Теребовою [211] розкриває розуміння експортоорієтованої організації дуже обмежено, так як підходить переважно для тієї, яка планує вихід на зовнішній ринок.

Заслуговує на увагу судження С.Е. Сарсембекової [191], яка вважає доцільним надати визначення експортоорієтованих підприємств у підпорядкування до експортоорієтованих виробництв щодо випуску конкурентоспроможної, якісної продукції для реалізації її на зовнішніх ринках, одночасно задаючи умовою урахування завдань внутрішнього розвитку, активізацію економіки країни, розширення попиту на продукцію вітчизняного виробництва і розвиток економічних відносин в національному і міжнародному аспектах.

**Існуючі підходи до визначення категорії
«експортоорієнтоване підприємство» в економічній літературі***

Основна ознака	Сутність визначення
Продаж продукції на експорт	Експортоорієнтованим є будь-яке підприємство, що здійснює продаж продукції на експорт [36, 99]
Експорт як пріоритетне спрямування діяльності	<p>Експортоорієнтоване підприємство – промислове підприємство, яке активно і регулярно здійснює експортні операції, проводить цілеспрямовану роботу з розширення самостійної присутності і зміцненню становища на зовнішньому ринку та розглядає вдосконалення зовнішньоторговельних операцій як пріоритетний напрям розвитку виробничої і комерційної діяльності [134]</p> <p>Експортоорієнтовані виробництва – це підприємства, виробнича діяльність яких спрямована на випуск конкурентоспроможної, якісної продукції для реалізації її на зовнішніх ринках з урахуванням завдань внутрішнього розвитку, для активізації економіки країни, розширення попиту на продукцію вітчизняного виробництва, розвитку економічних відносин у національному і міжнародному аспектах [191]</p> <p>Експортоорієнтовані організації – суб'єкти бізнесу, які виробляють товари, роботи, послуги, які можуть бути затребувані на міжнародних ринках і володіють достатнім потенціалом для виходу на міжнародний ринок [211, с. 50]</p> <p>Експортоорієнтовані підприємства – підприємства, що здійснюють експорт продукції, робіт, послуг і мають на меті одержання прибутку від виробничої або інших видів господарської діяльності [10, с. 8]</p>
Частка експорту та наявність потенціалу	Експортоорієнтоване підприємство – суб'єкт бізнесу, що виробляє конкурентоспроможні товари, має чітко сформульовану стратегію експортної діяльності, володіє достатнім потенціалом для сталої роботи на міжнародному ринку і постачає на зовнішній ринок більше 30 % продукції, що випускається [122, с. 34]
Частка експорту та тривалість експортування	До експортоорієнтованих пропонується відносити лише ті компанії будь-яких форм власності, організації та сфери бізнесу, які значну частину (не менше 40 %) своєї продукції протягом тривалого періоду (не менше трьох років) реалізують на зовнішніх ринках відповідно до стратегічних планів [21, с. 8]

*сформовано автором

Пропозиції, що частково вводяться вказаним автором [191] за пріоритетами розвитку експортоорієнтованих виробництв на рівні підприємства, включають: збільшення частки підприємства на світовому ринку; виробництво якісної продукції; підвищення експорту виробництва; створення нових робочих місць; розвиток підприємства; надходження валютних коштів від експорту продукції; оновлення рівня технологічного стану виробництва; його інвестиційне забезпечення; освоєння та впровадження новітніх технологій та інновацій; розвиток окремих виробництв і залежних від них дрібних і середніх виробництв; освоєння і впровадження на виробництві нових закордонних методів управління та маркетингу. Однак обмеження сутності експортоорієнтованих підприємств рамками експортоорієнтованих виробництв не включає інших його ознак, зважаючи діяльність таких підприємств лише виробництвом продукції.

Щодо наявних дефініцій експортоорієнтованих підприємств на основі встановлення відсотку реалізації власної продукції на зовнішніх ринках, то К.С. Куканина та Н.С. Ричихіна [122, с. 34] підкреслюють, що відмінними рисами наданого ними визначення від запропонованих у науковій літературі є те, що експортоорієнтоване підприємство має сформульовану стратегію експортної діяльності, що включає географію експортних поставок, ресурсну базу, а аналіз діяльності ряду промислових підприємств дозволив відміченим авторам виявити, що підприємство є експортоорієнтованим, якщо поставляє на зовнішній ринок більше 30 % продукції, що випускається. Однак слід взяти до уваги, що такі висновки здійснені вказаними авторами за результатами дослідження експортної діяльності десяти конголезьких промислових підприємств і компаній (Generale des Carrieres et des mines, Ste de devpt indust Et du Congo, Societe Nationale D'electricite, Cacaoyer de Bulu, Palmeraies de Gosuma, Caisse de Stabilisation Cotonniere та ін.) різних галузей (харчової, текстильної, гірничодобувної та ін.), яке й дозволило сформулювати належність підприємства до групи експортоорієнтованих саме за поставкою на зовнішній ринок більше 30 % випущеної продукції, бо при меншій частці експорту продукції на зовнішній ринок у вказаній країні компанія вважається орієнтованою на її внутрішній ринок.

Для порівняння слід відмітити, що й у окремих вітчизняних нормативних актах застосовуються кількісні показники експортної орієнтації підприємств, зокрема, щодо прогнозування надходжень податку на додану вартість [141] їх два: обсяг експорту товарів та

послуг відповідного виду діяльності має становити не менш ніж 40 % валового випуску та той же показник має бути не менш ніж 1,5 % загального обсягу експорту товарів та послуг.

В цілому ж, щодо наявних дефініцій експортоорієнтованих підприємств на основі встановлення відсотку реалізації власної продукції на зовнішніх ринках (не менше 40 %) [19, 21] слід зауважити, що вказаний кількісний показник, як вважаємо, є показником рівня експортоорієнтованості, коли останній може бути як високим, так і помірним чи низьким та може диференціюватися для підприємств певної галузевої належності (зокрема, виробників мінеральних добрив [19, с. 34]), виду продукції, її інноваційності тощо, в той час, як визначення експортоорієнтованості підприємств має ґрунтуватися на змістовному наповненні. У цьому зв'язку вважаємо доречним долучитися до мотивації О.С. Бірюка [20] щодо орієнтації на логіку встановлення сутності категорії «експортоорієнтованість підприємства» на основі етимології цього терміна, який фактично поєднав у собі словосполучення «експортна орієнтація». Саме тому, звертаючи увагу на факт, що слово «експорт» означає вивезення товарів і послуг за митний кордон країни, а, в свою чергу, слово «орієнтація» має кілька значень, згадуваним автором [20] відмічено найважливіші (на його думку) серед них: по-перше, визначення суб'єктом свого положення в просторі; по-друге, уміння вибрати напрям дій, розібратися в обстановці; по-третє, напрям у політиці, поглядах діяльності. Виходячи з подібного смислового навантаження, вказаний автор стверджує, що термін «експортоорієнтованість» характеризується змістовними особливостями: описує пріоритетний напрям діяльності економічного агента з експорту товарів і послуг та його положення в глобальному економічному середовищі; а експортна орієнтація характеризує не тільки кількісну складову, але й успішність такої діяльності, її результативність [21]. За такими твердженнями зроблено висновок, що саме такі вимоги до експортоорієнтованості повинні висуватися як на макро, так і на мікрорівнях.

Відповідно, згаданий автор вважає доцільним орієнтуватися на наступне визначення: «експортоорієнтованість – здатність підприємства в рамках власної єдиної стратегії реалізовувати експортний потенціал з метою досягнення попередньо встановлених цілей» [21]. Подібний підхід, на погляд згаданого науковця, дає можливість якнайповніше врахувати стратегічний характер діяльності підприємства на глобальному ринку, результативність такої діяльності та порівнювати її з потенціалом, яким володіє підпри-

емство. Відмітимо, що трактуванням сутності експортоорієнтованості підприємства через категорію «здатність підприємства» вказаний автор певною мірою заперечує власні ж наведені твердження, оскільки поняття «орієнтованість» етимологічно не включає параметра «здатність». Разом з тим, в цілому згоджуючись з наведеними доводами та долучаючись до твердження О.С. Бірюка, що термін «експортоорієнтованість» відображає пріоритетний напрям діяльності економічного агента з реалізації на зарубіжних ринках товарів і послуг та його міжнародну конкурентну позицію [21], вважається доцільним привернути увагу до ще одного значення слова «орієнтація», а саме: «розрахунок на когось, щось у діяльності» [28]. Дійсно, експортна орієнтація підприємства має мати належне підґрунтя, опираючись на яке отримати спроможність до оптимізації та маневрування, де реалізація експортного потенціалу з метою досягнення попередньо встановлених цілей виступатиме лише одним із елементів відповідної основи експортоорієнтованості підприємства.

Експортоорієнтованість підприємства, як вбачається, в першу чергу ґрунтується на його експортоспроможності, оскільки саме спроможність – це здатність до здійснення чого-небудь, наявність умов, сприятливих для чого-небудь, обставин, які допомагають чомусь; можливість [28]; відповідно експортоспроможність доречно вважати змогою, можливістю, сукупністю умов, сприятливих для експортоорієнтованості підприємства.

Загалом експортоспроможність визначається як максимальні можливості підприємства реалізовувати свою продукцію на зарубіжних ринках. Експортний потенціал промислового підприємства є загальною здатністю підприємства створювати і реалізовувати конкурентоспроможну продукцію на експорт, просувати її на зовнішньому ринку, вигідно реалізовувати та забезпечувати необхідний рівень обслуговування [65, с. 9]. Доцільно згодитися з тим, що до максимальних можливостей належить сукупність факторів, які визначають конкурентоспроможність підприємства, виробничий потенціал, потенціал експортної діяльності та фінансовий потенціал, які, в свою чергу, включають відповідні елементи [187].

Привабливою для вітчизняних підприємств виступає експортоорієнтована стратегія розвитку у новій моделі української економіки, що має базуватись на трьох рушійних силах, як енергія вільного підприємництва, високі технології і експорт та інвестиції [216]. Метою нової моделі є економічна незалежність та двократне

збільшення багатства кожного громадянина України, а результатом її реалізації має бути: структурна перебудова відповідно до заданої моделі; зростання експорту у 8 разів; збільшення вдвічі інвестицій в капітал щороку; збільшення реального ВВП у 2 рази, підвищення показника ВВП на душу населення з 3083 дол. у 2014 р. до 9163 дол. – у 2025 р. [216]. Єдиним можливим способом досягнення цих показників, як відмічають фахівці, є значне вливання інвестиційних ресурсів в українську економіку та два ключові компоненти – високотехнологічність та експортоорієнтованість. На рівні підприємства вбачається, що вливання інвестиційних ресурсів та високотехнологічність формують його інноваційно-інвестиційноспроможність, у структурі якої виділяється дві складові, які взаємодоповнюють одна одну – інноваційно- та інвестиційноспроможність.

Згоджуючись з пропозиціями Т.В. Полозової розглядати інноваційно-інвестиційну спроможність підприємства як потенційну або реалізовану здатність агрегувати та задіяти сукупність організаційних, технічних, фінансових, матеріальних, трудових, інформаційних, юридично-правових, комунікаційних можливостей, які дозволяють на будь-якому суспільно-політичному рівні виконувати функції та вирішувати завдання, спрямовані на досягнення поставлених цілей розвитку протягом певного періоду часу при здійсненні інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства [166], вважаємо доцільним вказати на її значенні як елементу підґрунтя експортоорієнтованості підприємства. Разом з тим відмітимо, що інші науковці вважають за необхідне говорити не про експортоорієнтованість підприємства, а про рівень його глобалізованості, або про прояв глобалізації на мікрорівні. Ця проблематика гостро обговорюється в наукових джерелах, де більшість сучасних поглядів на глобалізацію в своїй основі орієнтуються на процеси об'єднання (економічного, політичного чи соціального); відповідне формування єдиного світового простору в різних галузях людської діяльності; зміну сутності відносин між індивідуумами, інститутами та державами, викликану інформаційною революцією [57].

Як підкреслюють О.С. Бірюк та С.О. Бірюк, систематизувати фактори глобального характеру та їх вплив на стратегію сучасних експортоорієнтованих підприємств надто складно, однак, на їх погляд, можна говорити про існування певного консенсусу щодо виділення, насамперед, рушійних сил глобалізації [19]. На цій основі у прагматичній площині можна виділити певну сукупність факторів, які характеризують вплив глобалізації на стратегію експорто-

орієнтованих підприємств, як: єдиний глобальний ринок; уніфікація правил діяльності; екологічні виміри; соціалізація; інформатизація та технологічні зміни. Таким чином, глобалізація за дією на експортоорієнтованість підприємства, його експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможність складають підґрунтя формування експортоорієнтованості підприємства (рис. 3.4).

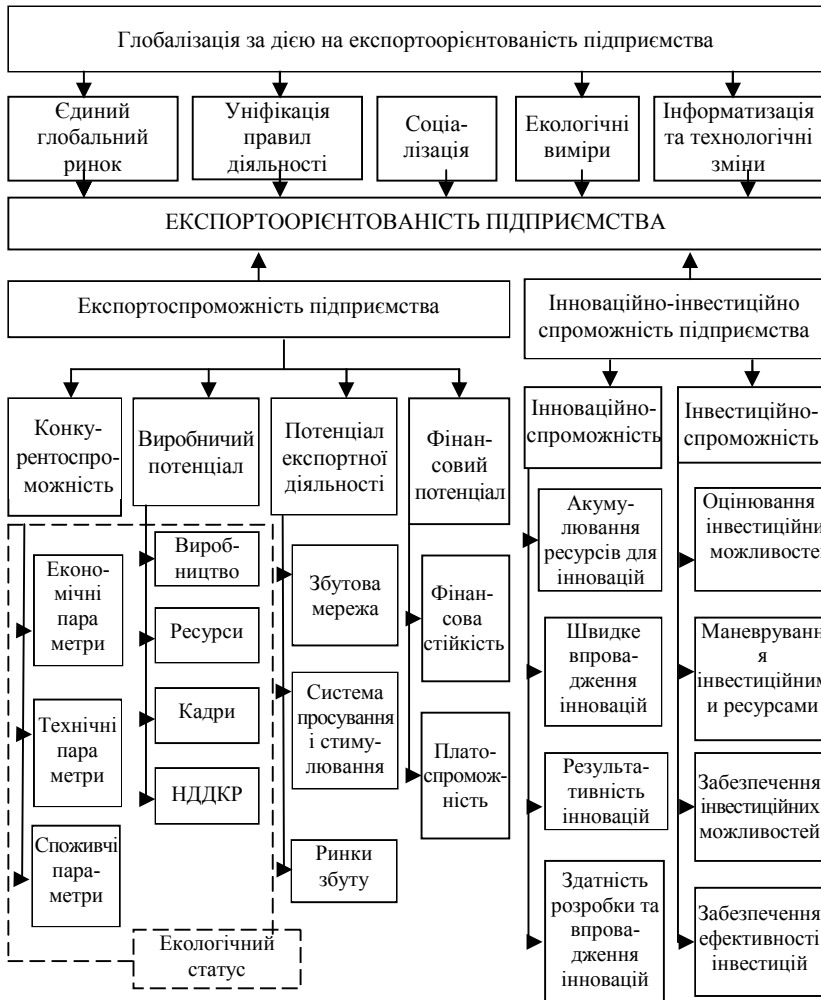


Рис. 3.4. Підґрунтя формування експортоорієнтованості підприємства*

*сформовано автором на основі [19, 166, 187]

Одночасно регулювання експорту вітчизняного підприємства здійснюється на рівні держави, регіону, місцевих органів влади й саморегулюванням підприємства-виробника експортоздатної продукції. Зростання ж прибутковості, як мету будь-якого підприємства, експортоорієнтоване підприємство можна досягти, поєднавши в оптимальних співвідношеннях функціонування на вітчизняних та зарубіжних сегментах ринку.

Аналізуючи діяльність експортоорієнтованих підприємств як підприємств, що здійснюють експорт продукції, робіт, послуг і мають на меті одержання прибутку від виробничої або інших видів господарської діяльності, відмічаються наступні особливості їх функціонування [10]: експортна діяльність підприємств контролюється на державному рівні; експортоорієнтовані підприємства є об'єктами економічного регулювання з боку національного законодавства, національних законодавств інших країн, міжнародних угод; структура експорту та експортний потенціал визначають конкурентоспроможність держави на міжнародному рівні, її статус і місце в світовому господарстві; система світових цін, а також міжнародні стандарти якості продукції обумовлюють конкурентоспроможність продукції підприємств за ціновими і якісними параметрами; експортна діяльність підприємств передбачає проведення валютних операцій і міжнародних розрахунків, що пов'язано з наявністю різноманітних ризиків, у тому числі фінансових і політичних.

Таким чином, експортна орієнтація підприємства потребує формування комплексної науково обґрунтованої системи форм, методів та засобів дій підприємства для оптимізації його експортної направленості, враховуючи державну підтримку та державне регулювання, вплив глобалізації, використовуючи та розвиваючи експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможність з метою досягнення збалансованості потреб зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

Виходячи з викладеного, вважаємо, що експортоорієнтованість підприємства – це сформована комплексна науково обґрунтована система форм, методів та засобів дій підприємства з метою оптимізації його експортної направленості (в межах державної підтримки та державного регулювання), виходячи з експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможності, впливу глобалізації, у спрямуванні на досягнення збалансованості між потребами зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

Зазначимо, що експортоорієнтованість підприємств ґрунтується також на раціональному та ефективному здійсненні таких складових зовнішньоекономічної діяльності підприємств, як: політики виходу на зовнішній ринок; міжнародних маркетингових досліджень; експортно-імпортних поставок товарів і послуг; валютно-фінансових операціях; укладанні зовнішньоекономічних договорів тощо. Такі дії підприємств підкріплюються багатьма чинниками впливу на їх успішний чи неуспішний розвиток, серед яких: механізм зовнішньоекономічного регулювання в країні, поточний стан експорту, політики та програми його розвитку, використання маркетингового, стратегічного, кадрового підходу при здійсненні експортної діяльності.

Відповідно, експортоорієнтованим доцільно вважати підприємство, яке, опираючись на сформовану комплексну науково обґрунтовану систему форм, методів та засобів дій, оптимізує експортну направленість (в межах державної підтримки та державного регулювання), виходячи з експорто-, інноваційно- та інвестиційно-спроможності, впливу глобалізації, спрямовуючи на досягнення збалансованості між потребами зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

Посилення уваги вітчизняних вчених до проблем ефективної експортоорієнтованої політики підприємств (ЕОПП) [57, 80, 231] визначається її значенням у сталому розвитку та вказує на актуальність проблеми її формування.

Результативна ЕОПП ґрунтується на ефективному поєднанні складових зовнішньоекономічної діяльності підприємства, як: політики виходу на зовнішній ринок; міжнародних маркетингових досліджень; експортно-імпортних поставок товарів і послуг; валютно-фінансових операцій; укладанні зовнішньоекономічних договорів тощо. Зазвичай ЕОПП включає зниження імпортних торговельних бар'єрів, що веде до здешевлення імпортних товарів, зниження загального рівня цін, а відтак до зниження витрат експортоорієнтованих галузей виробництва і підвищення конкурентоспроможності. Формування ЕОПП вирізняється: стратегічним характером; системним підходом; потребою безперервності експортоорієнтованої діяльності підприємства; нерозривним зв'язком із ринковою ситуацією; повнотою охоплення експортоорієнтованою діяльністю усіх елементів бізнесу; залежністю від експортоорієнтованого потенціалу підприємства; нерозривністю з науково-технічним прогресом.

ЕОПП має бути довгостроковою, далекоглядною у передбаченні майбутньої експортоздатності і життєздатності підприємства, основана на постановці чітких цілей. Формування стратегічних напрямів її розвитку включає:

1. Розробку й реалізацію довгострокової експортоорієнтованої стратегії підприємства, яка б передбачала: здійснення продуктивних, технологічних, організаційно-управлінських та інфраструктурних інновацій, підвищення стабільності та завершеності технологічних циклів при створенні конкурентоздатної експортоорієнтованої продукції, покращення якості останньої, оптимізацію цінових умов, гнучке використання потенціалу підприємства залежно від кон'юнктури зовнішніх ринків, залучення зовнішніх і внутрішніх інвестицій, розвиток інвестиційного співробітництва, подолання експортних перешкод і бар'єрів; системне акумулювання інформації про наявний експортний потенціал підприємства на основі застосування новітніх інформаційних технологій; кадрове забезпечення і навчання персоналу, що працює з експортною продукцією тощо.

2. Нейтралізацію (подолання) та обмеження впливу негативних чинників зовнішнього середовища шляхом формування захисту проти них, сегментації ринку та визначення позицій, де дія чинників є найслабкішою.

3. Цілеспрямоване керівництво функціонуванням системи управління для досягнення стратегічних цілей та завдань експортоорієнтованої діяльності, розвитку механізму її саморегуляції, забезпечення гнучкості експортоорієнтованої діяльності як процесу.

4. Використання стратегічного бачення щодо процесів управління керівним складом.

Наведені стратегічні напрями розвитку ЕОПП мають застосовуватись у довгостроковій експортоорієнтованій стратегії. Таким чином, аргументовано, що експортна орієнтація підприємства має мати належне підґрунтя, опираючись на яке отримати спроможність до оптимізації та маневрування у експортному спрямуванні. Саме експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможність підприємства складають підґрунтя формування його експортоорієнтованості. а експортна орієнтація підприємства потребує формування комплексної науково обґрунтованої системи форм, методів та засобів дій підприємства для оптимізації його експортної направленості, зважаючи на державну підтримку та державне регулювання, вплив глобалізації. За такого формування експортоорієнтованості підприємства передбачається зростання його при-

бутковості шляхом досягнення збалансованості потреб зовнішнього та внутрішнього ринків.

Для експортоорієнтованих підприємств важливим є встановлення сутності їх експортоорієнтаційного статусу та ключових атрибутів останнього.

Забезпечення стійкого економічного розвитку експортоорієнтованих підприємств викликає необхідність формування нової концепції щодо формування статусу таких підприємств з орієнтацією як на внутрішні можливості, так і на можливості й погрози зовнішнього навколишнього середовища – експортоорієнтаційного статусу. Ідентифікація сутності, характеристика основних ознак, розробка і правильне використання методики дефініції експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованих підприємств проступатиме визначальним етапом прийняття обґрунтованих управлінських рішень, досягнення стійкої конкурентоспроможної позиції підприємств на зовнішньому ринку. Атрибути та особливості діяльності експортоорієнтованих підприємств вивчалася вітчизняними та закордонними дослідниками, серед яких О.С. Бірюк, С.О. Бірюк, Н.С. Ричихіна, С.К. Куканина, С.В. Терєбова, колектив авторів бізнес-школи «ЧЕ-ЛІНК» та інші, проте питання щодо експортоорієнтаційного статусу підприємства ними не піднімалися.

Ознаки статусу підприємства стосовно конкурентного статусу сформулювали І. Ансофф [9], Д. Кемпбел [98], В.А. Василенко, Г.І. Ткаченко [32], Л.І. Воротіна [40], К.М. Мельник [139], Г.В. Осовська, О.А. Осовський [153], Д.В. Резніченко [182], С.В. Філіпова [221], В.В. Холод [226], В.В. Чернега [229], однак характеристики щодо експортоорієнтаційного статусу підприємства не надавалися. На сьогодні не вироблено категорійного апарату, який би однозначно трактував характеристики діяльності експортоорієнтованого підприємства, в першу чергу – його статус, що спонукає до розкриття сутності та ключових ознак експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованого підприємства. Дослідження статусу підприємства як цілісної множини елементів в сукупності відношень і зв'язків між ними, тобто розгляд його як системи, показує, що:

1) статус підприємства розкривається за багатьма ознаками (правовими, організаційними, економічними тощо) та характеризує відповідні передумови досягнення ним певних переваг, серед яких, зокрема: правовий статус підприємства – встановлених нормами права положення його суб'єктів у сукупності їх прав і обов'язків; юридичний – спроможності підприємства мати права и нести юри-

дичні обов'язки; конкурентний – здатності досягати підприємством того чи іншого рівня конкурентної переваги, тобто, головної мети конкурентної боротьби підприємства на ринку;

2) відповідний статус підприємства може передбачати певну підпорядкованість, як, для прикладу, правовому статусі підприємства виділяють конституційно-правовий статус, цивільно-правовий статус, адміністративно-правовий статус та ін.

Відповідно до наведеного, для обґрунтування змісту експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованих підприємств використані наступні обставини:

– виходячи із загального розуміння категорії «статус» у якості абстрактного терміна як сукупності стабільних значень параметрів суб'єкту, висувається припущення, що конкурентний статус – не єдиний статус підприємства в його економічній характеристиці, де відповідне місце посідає й експортоорієнтаційний;

– оскільки у механізмі ринкової взаємодії конкуренція є основою ефективної діяльності суб'єктів господарювання, передбачається, що конкурентний статус підприємства є домінуючим стосовно інших його статусів, включаючи експортоорієнтаційний;

– співвідносячись із експортною діяльністю, експортоорієнтаційний статус є характерним для експортоорієнтованих підприємств, поєднуючи їх сутність та особливості формування.

Враховуючи відмічене, експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства визначає принагідні передумови здатності досягнення чітких переваг експортоорієнтованості як сформованої комплексної науково обґрунтованої системи форм, методів та засобів дій підприємства з метою оптимізації його експортної направленості (в межах державної підтримки та державного регулювання), виходячи з експорто-, інноваційно- та інвестиційно-спроможності, впливу глобалізації, у спрямуванні на досягнення збалансованості між потребами зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

Орієнтуючись на висунуту гіпотезу про те, що конкурентний статус підприємства є домінуючим стосовно інших його статусів, включаючи експортоорієнтаційний, здійснено групування ознак статусу підприємства стосовно їх наявності при визначенні категорій «конкурентний статус підприємства» та «експортоорієнтоване підприємство», що слугуватиме для подальшої характеристики експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованого підприємства (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Ознаки статусу підприємства щодо їх наявності при визначенні категорій «конкурентний статус підприємства», «експортоорієнтоване підприємство»*

Наявність ознак при визначенні науковцями	
конкурентного статусу підприємства	експортоорієнтованого підприємства
1	2
<i>Позиція підприємства на ринку (в конкуренції)</i>	
Конкурентний статус – позиція підприємства в конкуренції, своєрідний вимірник успіху підприємства на ринку, засіб, що допомагає підприємству орієнтуватися в ринковому середовищі, вибирати надійних партнерів, відстежувати позиції конкурентів [9]; індикатор, вимірювач стану підприємства на ринку, характеризує передумови досягнення певного рівня конкурентної переваги [20]; конкурентний стан, який характеризується і визначається конкурентним потенціалом, ключовими компетенціями, правами і зобов'язаннями, повноваженнями, що витікають з його бізнес-позиції на конкурентному ринку [226]	Експортоорієнтоване підприємство – підприємство, яке активно і регулярно здійснює експортні операції, проводить цілеспрямовану роботу з розширення присутності і зміцненню становища на зовнішньому ринку та розглядає вдосконалення зовнішньоторговельних операцій як пріоритетний напрям розвитку виробничої і комерційної діяльності
<i>Стан підприємства, за якого відбувається ефективно використання його потенціалу</i>	
Конкурентний статус визначає рівень освоєння потенційних можливостей підприємства; характеризує можливості щодо ведення конкурентної боротьби, передумови досягнення підприємством визначених конкурентних переваг [40, 153]	Експортоорієнтовані організації – це суб'єкти бізнесу, які володіють ... достатнім потенціалом для виходу на міжнародний ринок
<i>Сукупність ринкової позиції та можливостей (потенціалу) підприємства для досягнення конкурентних переваг</i>	
Конкурентний статус – це статус підприємства на конкретному ринку в конкретний період часу, що зумовлюється його конкурентною позицією і можливостями для досягнення ним конкурентних переваг у майбутньому [229]; під конкурентним статусом підприємства варто розуміти досягнуту ним позицію на ринку та сформований ресурсний потенціал, які створюють можливості для подальшого функціонування підприємства задля формування нових і розвитку існуючих конкурентних переваг [182]	Експортоорієнтоване підприємство – це суб'єкт бізнесу, що виробляє конкурентоспроможні товари, має чітко сформульовану стратегію експортної діяльності, постачає на зовнішній ринок більше 30 % продукції, що випускається

Продовження таблиці 3.11

1	2
<i>Міра сприйняття підприємства зовнішнім середовищем</i>	
Конкурентний статус – це бачення, сприйняття підприємства зовнішнім середовищем, яке забезпечується шляхом свідомого, цілеспрямованого позиціонування підприємства на ринку [139]; визначається мірою сприйняття його суб'єктами зовнішнього середовища через співвіднесення результатів діяльності підприємства з панівною системою цінностей і потреб [98]; це позиція щодо підприємства у споживачів, бізнес-партнерів, інвесторів, конкурентів, яка надає переваги підприємству у суперництві між суб'єктами господарювання за кращі умови використання та доступу до ресурсів заради максимізації прибутку [32]	До експортоорієнтованих пропонується відносити лише ті компанії будь-яких форм власності, організації та сфери бізнесу, які значну частину (не менше 40 %) своєї продукції протягом тривалого періоду (не менше трьох років) реалізують на зовнішніх ринках відповідно до стратегічних планів

*сформовано автором

Проаналізувавши наведені основні підходи вчених до трактування ознак статусу підприємства (стосовно конкурентного статусу), можна вказати, що всі вони:

- присутні у визначеннях експортоорієнтованого підприємства, що дає можливість поширити вказані ознаки на експортоорієнтаційний статус підприємства;
- є обґрунтованими відповідними групами науковців, проте суттєво різняться між собою.

Останнє, на наш погляд, є наслідком розуміння самої категорії «статус» (лат. status «стан, положення») у якості абстрактного багатозначного терміна, який може означати: сукупність можливостей об'єкта або суб'єкту; його стан, положення або позицію на шкалі тієї чи іншої ознаки; ранг у будь-якій ієрархії, структурі, системі, підтверджений оцінкою індивідів або суспільною думкою. Якраз підтвердження оцінками вчених, що досліджували ознаки статусу, та думкою груп науковців, які отримали ідентичні висновки, призвели до різносторонніх характеристик.

Виходячи з визначення статусу в цілому, вважаємо, що експортоорієнтаційний статус підприємства – це складна, багатогранна категорія, яку характеризує ряд параметрів. Тому дослідження його змісту необхідно вести на основі системного підходу.

В контексті зазначеного, систематизоване у таблиці 3.11 трактування науковцями ознак статусу підприємства (стосовно кон-

курентного статусу), наведених у науковій літературі, на нашу думку, є такими, що можуть бути адаптованими та потребують інтерпретації щодо експортоорієнтаційного статусу підприємства. Так, тлумачення ознаки статусу підприємства, сформоване вченими першої групи стосовно конкурентного статусу як позиції підприємства у конкуренції або на ринку, розкриває одну із важливих ознак – конкурентну або ринкову позицію підприємства. Вказану ознаку статусу підприємства вважаємо такою, що утверджує експортоорієнтаційний статус підприємства і її доцільно уточнити у якості експортоорієнтованої позиції підприємства в конкуренції на зовнішньому ринку.

Ще одну важливу ознаку розкриває твердження, що статус підприємства у якості конкурентного статусу – це стан підприємства, за якого відбувається ефективне використання його ресурсного потенціалу. Така ознака, сформована вченими другої групи, також є основоположною для характеристик статусів підприємства, тому що відображає освоєння його потенційних можливостей. Щодо експортоорієнтаційного статусу, то вважаємо, що це – стан підприємства, за якого відбувається ефективне використання експортоорієнтованого потенціалу.

Ознака статусу підприємства, сформована науковцями третьої групи стосовно конкурентного статусу як сукупності ринкової позиції та можливостей (потенціалу) підприємства для досягнення конкурентних переваг, з уточненням стосовно експортоорієнтаційного статусу підприємства можна сформулювати як сукупність зовнішньоринкової позиції та експортоорієнтованого потенціалу підприємства для досягнення конкурентних переваг при експорті продукції.

Щодо такої важливої ознаки статусу, відміченої вченими четвертої групи, як міри сприйняття підприємства зовнішнім середовищем, то позитивне сприйняття діяльності підприємства є важливою передумовою формування і забезпечення його конкурентних переваг внаслідок наявності довіри до нього зі сторони окремих споживачів та інших суб'єктів господарювання. Виходячи з цього, вважаємо, що позиція вчених четвертої групи щодо формування ознаки статусу має бути врахована у тлумаченні змісту експортоорієнтаційного статусу підприємства із уточненням, що мірою перцепції підприємства зовнішнім середовищем є його сприйняття у якості експортоорієнтованого.

Таким чином, ґрунтуючись на наявних основних підходах науковців до трактування ознак статусу підприємства щодо конку-

рентного статусу, вбачаючи останній домінуючим стосовно інших статусів суб'єкта господарювання, створена підстава вирізнити наступні ознаки експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованого підприємства:

- експортоорієнтована позиція підприємства в конкуренції на зовнішньому ринку;
- стан експортоорієнтованого підприємства, за якого відбувається ефективне використання експортоорієнтованого потенціалу;
- сукупність зовнішньоринкової позиції та експортоорієнтованого потенціалу підприємства для досягнення конкурентних переваг у експорті продукції;
- міра сприйняття підприємства зовнішнім середовищем у якості експортоорієнтованого.

Поряд з наведеними характеристиками, експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства засвідчує його інноваційні переваги відносно інших, та, вказуючи на можливість здійснення ефективної експортоорієнтованої діяльності за конкурентного зовнішнього ринку, виробляти й реалізовувати привабливішу експортоспроможну продукцію (див. рис. 3.5).

Орієнтуючись на наведені характеристики, можна засвідчити, що експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства – це стан експортоорієнтованого підприємства, за якого відбувається ефективне використання експортоорієнтованого потенціалу на основі сукупності його можливостей та зовнішньоринкової позиції підприємства для досягнення конкурентних переваг у експорті продукції, що визначається експортоорієнтованою поведінкою підприємства в конкуренції на зовнішньому ринку, забезпечуючи сприйняття підприємства зовнішнім середовищем у якості експортоорієнтованого.

Експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства вказує на здатність: успішно розвивати експортоорієнтовану діяльність в умовах конкуренції; адаптуватися до змін зовнішнього ринку; забезпечувати достатній рівень конкурентних переваг на зовнішньому ринку; протистояти конкурентам за ступенем задоволення потреб та ефективністю експортоорієнтованої діяльності для досягнення підприємством підвищення прибутковості; проектувати та випускати за попитом іноземних споживачів та збувати в конкурентних умовах експортоорієнтовану продукцію.

Відповідно, експортоорієнтаційний статус окремого підприємства, як складна, багатогранна категорія, що вирізняється низкою

ознак та сукупністю можливостей його стану, за розробки системи оцінки може займати положення або позицію на шкалі тієї чи іншої ознаки, ранг у певній ієрархії, структурі, системі, підтверджений оцінкою індивідів або суспільною думкою.



Рис. 3.5. Ключові атрибути експортноорієнтаційного статусу експортноорієнтованого підприємства*

*сформовано автором

Одержані результати підтверджують доцільність системного підходу до встановлення економічного змісту категорії «експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства» в сукупності інших статусів підприємства. Проведені дослідження та узагальнення надали можливість сформулювати сутність поняття «експортоорієнтаційний статус експортоорієнтованого підприємства» та ідентифікувати його ключові ознаки в умовах мінливого ринкового середовища, що особливо актуально за потреби забезпечення стабільності статусу експортоорієнтованого підприємства на зовнішньому ринку. Подальше дослідження експортоорієнтаційного статусу експортоорієнтованих підприємств, перед усім, потребує започаткування концепції його діагностики, формування інформаційного забезпечення останньої та розробки методичних рекомендацій до практичної реалізації.

Аналіз напрямів моделювання стану та тенденцій розвитку експортоорієнтованих підприємств. Управління промисловими підприємствами в умовах глобальної фінансово-економічної нестабільності накладає на їх власників і керівників, особливо тих, які зорієнтовані на міжнародні ринки та продають значну частину своєї продукції за кордон, вимоги забезпечити набагато більшу гнучкість у підготовці та прийнятті управлінських рішень. В умовах динамічного середовища все більшої актуальності набувають процеси розвитку експортоорієнтованих підприємств, основними принципами якого визнаються стабільність, своєчасність, оперативність, адекватність зовнішнім умовам. Як суб'єкт підприємництва, кожне експортоорієнтоване підприємство прагне при мінімальних зусиллях досягнути ефективних та оптимальних змін, які направлені на реалізацію мети та стратегії його діяльності, а багатофункціональне середовище існування вимагає взаємоузгодженості виконання конкретних цілей, які спрямовані на досягнення комплексного результату. Тому дослідження сценаріїв розвитку експортоорієнтованих підприємств як відкритих соціально-економічних систем та прийняття обґрунтованих управлінських рішень доцільно базувати на широкому використанні аналітичного інструментарію та моделей, важливою складовою якого виступають сучасні методи опрацювання великих обсягів даних, моделювання та прогнозування.

Проблеми розвитку відкритих соціально-економічних систем та моделювання їх стану, поведінки й розвитку розкриті в працях таких вчених, як М. Аніскін, І. Ансоф, М. Афанасьєв, В. Васи-

ленко, В. Гесць, О. Захарова, Б. Карлоф, Н. Касьянова, М. Кизим, Т. Клебанова, Б. Кучин, М. Лепа, Ю. Лукашин, В. Максимов, Ю. Погорелов, В. Пономаренко, В. Порохня, І. Пригожин, О. Раєвнева, Л. Родіонова, О. Тридід, Р. Фатхутдинов, Й. Шумпетер.

Питанням використання сучасних методів економіко-математичного моделювання при вирішенні завдань функціонування та розвитку експортоорієнтованих підприємств присвятили свої роботи С. Дубков, А. Карпенко, К. Коренна, О. Логиновський, А. Максимов, О. Раєвнева, А. Серєда. Проте складність і багатогранність питань, пов'язаних із потребами підвищення ефективності діяльності вітчизняних експортоорієнтованих підприємств, зумовлює необхідність подальших досліджень можливостей та напрямів застосування економіко-математичних методів та моделей, зокрема, проведення аналізу наявних моделей стану та тенденцій розвитку вітчизняних експортоорієнтованих підприємств як відправного пункту для можливої їх адаптації та поліпшення, виходячи із сучасних умов господарювання. Метою є систематизація напрямів економіко-математичного моделювання щодо оцінювання стану та тенденцій розвитку експортоорієнтованих підприємств для сприяння формуванню науково-теоретичного підґрунтя у прийнятті управлінських рішень в процесах їх господарювання.

Моделювання стану і тенденцій розвитку вітчизняних експортоорієнтованих підприємств становить особливий інтерес в рамках дослідження ефективності їх функціонування, оскільки сучасна наука має широкий спектр інструментів для вивчення і прогнозування діяльності таких підприємств.

Підходи та методи до моделювання стану й тенденцій розвитку вітчизняних експортоорієнтованих підприємств мають бути зорієнтованими на втілення в них основних атестацій, що вирізняють такі підприємства з-поміж інших, зокрема, останні:

- функціонують в контексті економічного розвитку як нелінійного, багатогранного та складного процесу, в умовах нелінійності та слабкопрогнозованості перебігу світових і національних економічних процесів [180, с. 10];

- спрямовують виробничу діяльність на випуск конкурентоспроможної, якісної продукції для реалізації її на зовнішніх ринках, з урахуванням завдань внутрішнього розвитку, для активізації економіки країни, розширення попиту на продукцію вітчизняного виробництва, розвитку економічних відносин, як в національному, так і в міжнародному аспектах [191];

- володіють достатнім потенціалом для виходу та сталої роботи на міжнародному ринку [122, с. 34];

- активно і регулярно здійснюють експортні операції, проводить цілеспрямовану роботу з розширення самостійної присутності і зміцненню становища на зовнішньому ринку та розглядає вдосконалення зовнішньоторговельних операцій як пріоритетний напрямок розвитку виробничої і комерційної діяльності [134];

- мають чітко сформульовану стратегію експортної діяльності [191, с. 34];

- значну частину (не менше 40 %) своєї продукції протягом тривалого періоду (не менше трьох років) реалізують на зовнішніх ринках відповідно до стратегічних планів [21, с. 8].

За проведеними дослідженнями, експортоорієнтованим доцільно вважати підприємство, яке, опираючись на сформовану комплексну науково обґрунтовану систему форм, методів та засобів дій, оптимізує експортну направленість (в межах державної підтримки та державного регулювання), виходячи з експорто-, інноваційно- та інвестиційноспроможності, впливу глобалізації, спрямовуючи на досягнення збалансованості між потребами зовнішнього та внутрішнього ринків для зростання прибутковості.

Ігнорування зазначених аспектів призводить до нездатності системи управління підприємством своєчасно адаптуватися до стохастичності розвитку зовнішнього середовища, збільшує ймовірність прийняття неефективних рішень, наслідком яких є численні втрати й виникнення кризових явищ на підприємстві.

Зважаючи на розглянуті особливості функціонування вітчизняних експортоорієнтованих підприємств, доцільно систематизувати методи, використані науковцями [21, 180] у формуванні економіко-математичних моделей аналізу та прогнозування їх стану й тенденцій розвитку стосовно окремих напрямів дослідження (див. табл. 3.12).

Серед різноманітності проявів змісту та інструментарію моделей, які описують стан та тенденції розвитку експортоорієнтованих підприємств, вважаємо доцільним виділити центральний, як вважаємо, напрям – формування моделей управління експортоорієнтованим підприємством за умов зміни світових і національних економічних процесів.

Розрізнення підходів до вибору системоутворюючих критеріїв та методів моделювання дозволяє виділити серед таких моделей принаймні три групи.

Таблиця 3.12

Особливості застосування методів аналізу та прогнозування стану та тенденцій розвитку експортоорієнтованих підприємств

Напрямок застосування методу	Автор, джерело
Методи візуального та графічного аналізу	
Для аналізу сучасних тенденцій розвитку світової і національної економіки; визначення факторів ефективності експортоорієнтованої стратегії у світовій економіці; дослідження впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на цільову спрямованість підприємства; визначення сучасних тенденцій їх розвитку; обґрунтування економічних процесів	О. Раєвнева, А. Карпенко [180], О. Бірюк [21], О. Струк [203], В. Андришин [7]
Методи кореляційно-регресійного аналізу та екстраполяції	
Для визначення факторів ефективності експортоорієнтованої стратегії у світовій економіці; аналізу сучасних методів опису і моделювання процесу розвитку, обґрунтування моделей дослідження поведінки відкритих соціально-економічних систем, що функціонують в умовах нелінійного перебігу економічних процесів; побудови моделей оцінки експортної діяльності підприємства; розробки прогнозу фінансових результатів експорту агропромислової продукції	С. Дубков [66–68], О. Раєвнева, А. Карпенко [180], В. Андришин [7], О. Єпішкіна [76], О. Струк [203]
Методи компаративного та монографічного аналізу	
Для аналізу сучасних методів опису і моделювання процесу розвитку, обґрунтування моделей дослідження поведінки відкритих соціально-економічних систем, що функціонують в умовах нелінійного перебігу економічних процесів	О. Раєвнева, А. Карпенко [96, 180, 181], А. Серєда [193]
Методи багатомірного статистичного аналізу	
Для формування системи показників стану внутрішнього та зовнішнього середовища експортоорієнтованого підприємства та розрахунку інтегральних величин рівня розвитку середовища підприємства; дослідження стану функціонування підприємств галузі	О. Раєвнева, А. Карпенко [6, 180], О. Бірюк [21], А. Серєда [193]
Методи аналізу часових рядів	
Для дослідження структурних закономірностей стану внутрішнього середовища підприємства	О. Раєвнева, А. Карпенко [96, 180, 181], А. Серєда [193]
Метод аналізу сингулярного спектра (SSA-метод)	
Для дослідження структурних закономірностей стану внутрішнього середовища підприємства	О. Раєвнева, А. Карпенко [96, 181]

Продовження таблиці 3.12

Напрямок застосування методу	Джерело
Методи адаптивного прогнозування	
Для побудови якісних прогнозів динаміки зовнішнього середовища підприємства; прогнозування тенденцій розвитку	К. Коренная, О. Логиновский, А. Максимов [109, 110]
Метод когнітології	
Для моделювання поведінки підприємства та розробки сценаріїв стосовно прийняття рішень щодо управління його розвитком	С. Дубков [66–68], О. Раєвнева, А. Карпенко [180, 181]

1. Економіко-математичні моделі оптимізації роботи експортоорієнтованих підприємств в умовах глобальної нестабільності.

2. Комплекс економіко-математичних моделей управління поведінкою експортоорієнтованих підприємств з урахуванням невизначеності і нелінійності зовнішнього середовища [66, 67, 180];

3. Моделі та методи забезпечення стійкості інноваційного розвитку експортоорієнтованих підприємств [66–68].

Перша група достатньо ілюструється такою економіко-математичною моделлю управління експортоорієнтованим промисловим підприємством, яка дозволяє оптимізувати його діяльність як в умовах стабільного розвитку світової економіки, так і при розвитку фінансово-економічних криз. Математична модель оптимізації роботи експортоорієнтованого підприємства в умовах глобальної нестабільності побудована на основі концептуальних положень прогнозно-адаптивного підходу до управління компаніями та передбачає три сценарії діяльності таких підприємств в умовах: стабільного розвитку світової економіки; підвищеного попиту на експортоорієнтовану продукцію; світових фінансово-економічних криз або нестабільності світового ринку. Такі моделі розроблені стосовно феросплавних експортоорієнтованих підприємств.

Отже, в умовах стабільного розвитку світової економіки, коли продукція експортоорієнтованих підприємств затребувана на зарубіжних ринках і має високу продажну ціну, власники таких підприємств цілком можуть поставити перед зазначеними підприємствами завдання – максимізувати прибуток від продажу готової продукції, що випускається. З цих позицій, в умовах стабільного розвитку світової економіки цільова функція Φ_1 роботи експортоорієнтованого промислового підприємства повинна мати вигляд, як у формулі (3.1) [110]:

$$\Phi_1 = \Pi^T \rightarrow \max, \quad (3.1)$$

де Π^T – прибуток підприємства від реалізації готової продукції всіх видів в період часу T .

В свою чергу, прибуток від реалізації готової продукції за усіма її видами за час T до формули (3.1) в аналізованій математичній моделі є сумою прибутків за усіма видами продукції, де прибуток від реалізації окремого її виду визначається співставленням величини доходу від реалізації цієї продукції та загальної величини прямих витрат на її виготовлення, зменшену на величину загальних витрат підприємства за час T .

Певна річ, що у періоди підвищеного попиту на експортоорієнтовану продукцію підприємство прагне випускати її додаткові обсяги в залежності від потреб ринку і рівня їх цін. Тоді у формулу розрахунку прибутку від реалізації готової продукції за усіма її видами за час T вводяться обсяги додаткового випуску експортоорієнтованої продукції, які визначаються на основі оперативного аналізу ситуацій на зовнішньому ринку і можливостей максимального завантаження виробничого комплексу експортоорієнтованого підприємства в цілому.

На кінець, в умовах світових фінансово-економічних криз або нестабільності світового ринку, пов'язаної з іншими причинами, власники експортоорієнтованих підприємств вже не можуть вимагати від їх керівництва отримання значних прибутків від продажу готової продукції на зарубіжних ринках. Більш того, підприємства для забезпечення безперервної роботи своїх виробництв повинні нести додаткові витрати, як пов'язані з продовженням діяльності навіть при відсутності попиту на готову продукцію (у складі витрат на сировину і матеріали, електроенергію, заробітну плату та інші) так і нерегламентовані втрати (викликані зовнішніми впливами кризового характеру). Тож в умовах світової фінансово-економічної кризи чи інших причин нестабільності міжнародних ринків, що обумовлюють падіння попиту, зниження цін на готову продукцію тощо, цільову функцію роботи промислового підприємства можна уявити як функцію мінімізації витрат, які підприємство змушене нести через неліквідність значної частини виробленої продукції внаслідок різкого зниження продажів, але збереження практично всіх інших статей витрат безперервно працюючого підприємства, формула (3.2) [109, 110]:

$$\Phi_2 = \min F(S^{ET}, S^{MT}, Z^T, P_d^T), \quad (3.2)$$

де S^{ET} – витрати підприємства на електроенергію на період часу T ; S^{MT} – витрати підприємства на сировину і матеріали за період часу T ; Z^T – заробітна плата робітників підприємства за період часу T ; P_d^T – додаткові нерегламентовані втрати промислового підприємства за період часу T , викликані зовнішніми впливами кризового характеру.

Оскільки загальні витрати підприємства є, як правило, незмінними в період часу T , то в цільову функцію (3.2) їх можна не включати. Таким чином, перевагами математичних моделей оптимізації роботи експортоорієнтованого підприємства є їх скерування на забезпечення роботи підприємства в умовах невизначеності шляхом надання його керівництвом власникам компанії сукупності економічно обґрунтованих варіантів бізнес-прогнозів, які дадуть можливість підприємству адаптуватися до зовнішніх ситуацій, що складаються. Власники експортоорієнтованого підприємства повинні, в свою чергу, ретельно проаналізувавши запропоновані варіанти, вибрати найбільш прийнятні з них, формуючи таким чином лінію поведінки компанії.

Недоліками наведеної моделі є її прив'язка до безперервних виробництв, зокрема феросплавних, в яких виробничі агрегати не можна зупиняти повністю, тому підприємство, навіть в самих не вигідних для себе умовах, змушене виробляти продукцію, хоча б у мінімально можливій кількості. В іншому випадку, за рахунок скорочення обсягів випуску готової продукції, може бути зменшено і значення загальних втрат експортоорієнтованого промислового підприємства.

Другу групу представляє комплекс економіко-математичних моделей і методів управління поведінкою експортоорієнтованих підприємств, описаних в [180, с. 68–74], які об'єднанні метою дослідження поведінки та моделювання розвитку таких підприємств в умовах нелінійності та слабкопрогнозованості перебігу світових і національних економічних процесів. Інструментальним підґрунтям методичного підходу до їх побудови тут виступили модель побудови куба управлінських рішень щодо вибору поведінки експортоорієнтованого підприємства та алгоритмічна модель формування сценаріїв його поведінки [96]. Поведінка підприємства розглядається як реакція суб'єкта господарювання на збурюючі

впливи зовнішнього середовища і формується в результаті взаємодії основних системоформуючих сфер життєдіяльності та впливу специфічного зовнішнього середовища.

Модель побудови куба управлінських рішень щодо вибору поведінки експортоорієнтованого підприємства є моделлю у тривимірному просторі, що має вигляд куба ситуацій, де осями виступають значення інтегрального показника рівня розвитку національної економіки, країни-споживача експортоорієнтованої продукції та промислового експортоорієнтованого підприємства в цілому. Відповідно до комбінації виділених стадій розвитку (висхідна та спадна) щодо рівня розвитку національної економіки, країни-споживача та промислового експортоорієнтованого підприємства в цілому, куб ситуацій містить вісім можливих варіантів поведінки експортоорієнтованого підприємства, що відображають нелінійний характер перебігу процесів його внутрішнього та зовнішнього середовища. Ідентифікація одного з восьми варіантів куба ситуацій для кожного з експортоорієнтованих підприємств здійснюється за результатами отриманих прогнозних значень загального інтегрального показника рівня розвитку аналізованих підприємств, значень інтегрального показника рівня розвитку національної економіки та ринків країн – споживачів продукції підприємств. Для кожного варіанта є рекомендації та управлінські рішення, які складають основу побудови сценаріїв моделювання і корегування поведінки підприємства.

Модель включає проведення експериментів з реалізації чотирьох сценаріїв розвитку підприємства, які здійснюються в процесі моделювання на ретроспективних даних і відповідно до комплексу сформованих управлінських впливів [96, 180, 181, 193]. Сценарії створювалися згідно з попередньо проведеним аналізом з виділення кризоформуючої, умовно-компенсаційної та компенсаційної сфер життєдіяльності підприємства. Перший сценарій передбачає розробку та здійснення управлінських впливів на кризоформуючу сферу життєдіяльності підприємства; за другим сценарієм здійснюються впливи на умовно-компенсаційну сферу. Третій сценарій спрямований на формування одночасного впливу на дві найбільш уразливі сфери – кризоформуючу та умовно-компенсаційну функціональні складові підприємства, четвертий сценарій дає змогу відшукати такий комплекс управлінських впливів на три сфери життєдіяльності підприємства, дія яких дозволить змінити в прогнозному періоді зі спадної стадії на висхідну траєкторію розвитку підприємства. При цьому формування комплексу управлінських впливів у

кризоформуючій, умовно-компенсаційній та компенсаційній сферах життєдіяльності підприємства дозволить змінити прогнозну поведінку промислового підприємства зі спадної на висхідну стадії ділового циклу його розвитку.

Для формування управлінських рішень щодо переломлення негативних тенденцій розвитку підприємства та проведення експериментів основою послуговували розроблені когнітивні моделі для експортоорієнтованого підприємства в цілому і за сферами їх життєдіяльності. Зокрема, когнітивні моделі зв'язку між показниками локальних та загального інтегрального показника представлені у вигляді нечіткого орієнтованого графа, формула (3.3) [216]:

$$G = (F, E, V, w), \quad (3.3)$$

де F – множина вершин (факторів) графа; $F_i \in F, i = 1, 2, \dots, n$ – показники досліджуваної соціально-економічної системи; E – множина дуг, дуги $e_{ij} \in E, i, j = 1, 2, \dots, m$ відображають взаємозв'язки між вершинами F_i та F_j ; V – множина знаків дуг, $V = \{+, -, 0\}$, тобто вплив та може бути позитивним, негативним або бути відсутнім; w – множина ваг, що визначають силу впливу між вершинами, $w: F_i F_j$.

Загальна когнітивна модель експортоорієнтованого підприємства побудована на підставі визначення взаємозв'язку основних системоформуючих сфер життєдіяльності підприємства, а саме: сфери виробництва, фінансів і праці, по яких за допомогою методу таксономії для окремого підприємства було розраховано сімейство локальних інтегральних показників, що становили інформаційну базу для проведення когнітивного моделювання, а саме: інтегральні показники рівня розвитку сфер фінанси, праця, виробництво і загальний інтегральний показник рівня розвитку підприємства.

Розроблені когнітивні моделі лягли в основу алгоритмічної моделі формування сценаріїв управління поведінкою експортоорієнтованого підприємства, що передбачає вирішення прямої та зворотної задач. Пряма задача базується на формуванні спектра управлінських імпульсів на первинні показники за кожною із системоформуючих сфер життєдіяльності та визначенні змодельованих значень загального інтегрального показника, який зумовлює майбутню тенденцію розвитку підприємства. Зміст зворотної задачі

полягає в тому, що відповідно до цільового значення інтегрального показника рівня розвитку підприємства визначають певні зміни значень первинних показників за означеними сферами життєдіяльності.

Важливим є ілюстрація когнітивних моделей щодо реалізації чотирьох сценаріїв розвитку щодо певного експортоорієнтованого підприємства, для якого впровадження комплексу управлінських заходів одночасно у фінансовій, виробничій та кадровій сферах дозволить змінити прогнозу траєкторію розвитку підприємства зі спадної на висхідну.

Перевагою концептуальної моделі управління поведінкою експортоорієнтованого підприємства є врахування з системних позицій специфіки експортної орієнтації національного промислового підприємства та нелінійний перебіг економічних процесів на певних продуктових сегментах ринку країн – споживачів експортоорієнтованої продукції. Когнітивна модель розвитку експортоорієнтованого промислового підприємства, в свою чергу, на підставі визначення взаємозв'язку між загальним показником рівня розвитку підприємства та локальними значеннями рівня розвитку його системоформуєчих сфер життєдіяльності дозволяє побудувати комплекс сценаріїв управління поведінкою промислового підприємства з урахуванням специфіки нелінійного характеру його зовнішнього та внутрішнього середовища.

В третій групі, а саме – в групі моделей та методів забезпечення стійкості інноваційного розвитку експортоорієнтованих підприємств – втілена адаптація методів когнітивного моделювання та системної динаміки для обґрунтування напрямів інноваційного розвитку експортоорієнтованих промислових підприємств шляхом розробки відповідної тотальної стратегії, яка охоплює всі рівні управління: державний, галузевий, територіальний і корпоративний. Тобто, реалізація такого підходу завбачує вирішення проблеми узгодження інтересів у ієрархії «держава – територія – галузь – підприємство» (ДТПП-системи) [67, 68]. Такі моделі розроблені стосовно експортоорієнтованих підприємств лісопромислового комплексу.

За здійсненими узагальненнями на основі, група моделей та методів забезпечення стійкості інноваційного розвитку експортоорієнтованих підприємств, серед інших, включає:

1) інтерактивну модель формування системи цілей інноваційного розвитку експортоорієнтованих організацій, яка може слугувати інструментом для раціонального врахування інтересів всіх сторін, зацікавлених у розвитку ДТПП-системи – держави, регіонів,

галузі, підприємств, організацій. Вказана модель основана на використанні методу Форсайт, реалізація якого для її побудови включає ряд етапів, як: підбір експертів; формування цільових ядер; реалізація процедури Форсайта шляхом обміну інформацією про зміст цільових ядер і системи бажаних забезпечуючих цілей і можливих ступенів їх реалізації; представлення результатів оцінки експертами допоміжних цілей тим експертам, що формують цільові ядра;

2) онтологічну модель «держава – територія – галузь – підприємство» та комплекс моделей предметної області підприємства, де особливістю є поєднання в одній моделі предметної області представлення підприємства, з одного боку, як складової ДТГП-системи, а з іншого – як самостійного об'єкта, що удосконалюється під впливом зовнішнього середовища. Для розробки вказаних моделей використано метод онтологічного моделювання. Останній, зокрема, представлений у вигляді семантичної мережі онтології, відображає загальну схему взаємозв'язків між окремими елементами архітектури підприємства в ДТГП-системі і призначений для вибору архітектурних рішень і елементів, а також для встановлення горизонтальних і вертикальних зв'язків між ними і різними архітектурними прошарками рамкової схеми. Формальний опис онтології підприємства в складі ДТГП-системи можна представити наступним чином, формула (3.4) [68]:

$$\sum O = (O^M, O^{PrO}, O^H) \quad (3.4)$$

де O^M – метаонтологія; O^{PrO} – онтологія предметної області; O^H – система прикладних онтологій.

При розробці онтологічної моделі ДТГП-системи були визначені класи і підкласи онтології, які відповідають різним рівням управління системи. Між даними класами і підкласами встановлено взаємозв'язки. При цьому в залежності від точки зору на архітектуру системи структура взаємозв'язків може змінюватися;

3) комплекс моделей предметної області підприємства, призначений для вибору архітектурних рішень і елементів, а також для встановлення горизонтальних і вертикальних зв'язків між ними і різними архітектурними пластами рамкової схеми (див. рис. 3.6).

Комплекс моделей, представлений у вигляді семантичної мережі онтології (рис. 3.6), відображає загальну схему взаємозв'язків між окремими елементами архітектури підприємства в ДТГП-системі: включає в себе метаонтологію як модель верхнього рівня

узагальнення, моделі ДТГП-системи і бізнес-середовища організації, що належать за рівнем узагальнення до моделей предметної області, і прикладні онтології процедур формування і прийняття стратегічних рішень в системах управління результативністю ДТГП-системи і підприємства.

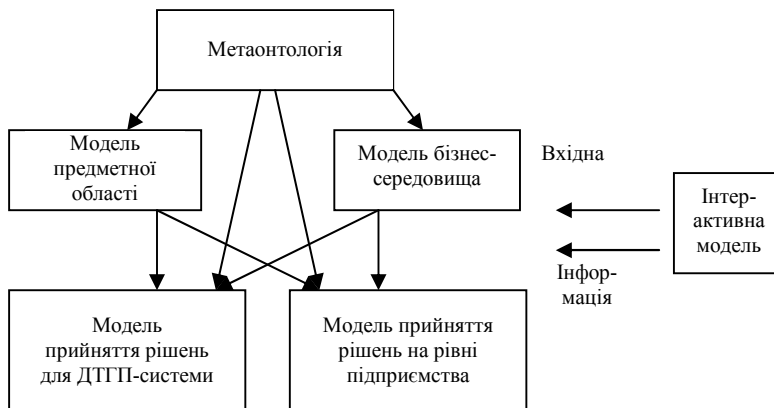


Рис. 3.6. Семантичне середовище онтології у побудові моделей забезпечення стійкості інноваційного розвитку експортоорієнтованих підприємств *
*розроблено за [66]

Метаонтологія, яка використовується як інструмент інтеграції різних моделей організації і найбільш загального її опису, відповідає основним осям архітектурних аспектів підприємства в ДТГП-системі (стовпцями матриці Захмана) і є навігатором за різними верствами рамкової схеми;

4) моделей взаємодії експертних процедур і формальних методів при реформуванні ієрархічної системи державного управління з метою підтримки інноваційного розвитку експортоорієнтованого підприємства, для розробки яких використано когнітивний метод. В межах методології когнітивного аналізу і моделювання розвитку ситуації на основі когнітивних карт передбачається: формалізація механізму композиції когнітивних моделей і моделей системної динаміки (систематизація досліджень моделлю метанасбору; формалізація когнітивних карт); проведення процедури колективної генерації і відбору оптимальних рішень (структуризація знань групи експертів, виявлення можливостей і загроз розвитку ситуації, виявлення цілей, протиріч між цілями, аналіз узгодженості управління з цілями; аналіз конфліктів інтересів учасників

ситуації; виявлення проблемних ситуацій та діагностування причин їх появи); формування когнітивної моделі соціально-економічної системи для моделювання підприємства (вибір і обґрунтування вектора цілей; формалізація когнітивних карт; вибір вектора управління для досягнення цілей; побудова графа моделі у вигляді когнітивних карт); моделювання стратегій забезпечення сталого інноваційного розвитку підприємств (аналіз принципової можливості досягнення цілей з поточної ситуації з використанням обраного управління; аналіз обмежень на можливості реалізації обраного управління; формування і вибір раціональної стратегії; розробку і вибір раціонального сценарію досягнення цілей). Для вироблення єдиного підходу до дослідження шляхів сталого інноваційного розвитку промислових підприємств мала місце адаптація вживаних в даний час засобів побудови когнітивних моделей;

5) моделі поточної оцінки стійкості системи, яка полягає в оцінці для обраної послідовності моментів часу чистого доходу і рентабельності реалізації всієї продукції;

6) моделі прийняття рішень (визначення раціональної стратегії управління розвитком підприємства), в побудові якої використано мінімаксий підхід. Зміст стратегії раціональної стратегії управління розвитком експортоорієнтованого підприємства полягає у виборі обмежень на траєкторію обсягів його присутності на різних ринках. Зміна значень обсягів присутності на ринках з урахуванням обмежень дозволяє оцінити залежність рівня стійкості та рівня використання інноваційного експортного потенціалу від значень цих обсягів. Формування траєкторій зовнішнього середовища визначає траєкторії обсягів присутності на ринках продукції по одному з критеріїв (рівню використання інноваційного експортного потенціалу або рівню стійкості процесу розвитку) і дозволяє оцінити значення іншого критерію. Звідси визначається вплив керуючих впливів і незалежних факторів на стан інноваційного експортного потенціалу і рівень стійкості процесу розвитку експортоорієнтованого підприємства.

Прогалинами розглянутих моделей є те, що вони розроблені стосовно експортоорієнтованих підприємств лісопромислового комплексу, що в певній мірі обмежує їх застосування. Отже, на сьогодні існує значне різноманіття економіко-математичних моделей, які можуть бути застосовані як необхідний інструментарій для аналізу та прогнозування розвитку експортоорієнтованих підприємств. Стан сучасного економіко-математичного інструментарію,

розвиток системи чисельних параметрів діяльності економічних об'єктів визначають ефективність використання методів моделювання в оптимізації їх господарської діяльності.

В цілому, інструментальний базис, використаний у проаналізованих моделях усіх розглянутих спрямувань, може бути використаний для діагностики тенденцій та виявлення напрямів розвитку експортоорієнтованих підприємств в умовах нестабільності та нелінійності зовнішнього і внутрішнього середовищ. Однак, широке прикладне впровадження методів економіко-математичного моделювання в систему управління експортоорієнтованими підприємствами пов'язане із низкою особливостей, як: необхідністю підвищення рівня математичної підготовки менеджерів підприємств; потребою організації фіксації та зберігання системи чисельних показників атестації внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємства; встановлення дерева цілей функціонування підприємства, що визначатиме зміст цільових функцій.

3.4. Структура системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД підприємств

Формування структурних елементів системи маркетингового управління ЗЕД підприємства в адаптивних умовах функціонування. В умовах євроінтеграційних процесів для виходу продукції на зовнішній ринок, потреби розвитку експортно-імпортного потенціалу та зовнішньоекономічної діяльності, в цілому, необхідним є відповідність продукції вітчизняних підприємств стандартам якості та належного рівня конкурентоздатності. Тому, управлінський персонал кожної виробничої системи прикладає максимум зусиль для підвищення конкурентних переваг. Для більшості промислових підприємств важливим є не тільки забезпечення набутого рівня конкурентоздатності продукції, а й її підвищення. Це вимагає використання в управлінні нових підходів, зокрема й адаптивних механізмів та поліпшення організації маркетингової підсистеми. Розвиваючи маркетингову діяльність можна суттєво вплинути на систему управління ЗЕД господарюючого суб'єкта за умов розширення зовнішніх ринків збуту продукції.

Вагомого змісту на сьогодні набуває визначення особливостей функціонування системи управління ЗЕД конкурентоздатних підприємств шляхом використання адаптивних систем розвитку маркетингу як функціональної складової управління підпри-

емством. Отже, проблематика дослідження є, на нашу думку, актуальною темою та потребує вдосконалення у теоретико-методичному та практичному аспектах.

Базові складові елементи системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатного промислового підприємства поєднуються з процесами планування, прогнозування, оцінювання рівня конкурентоздатності, аналізом, стимулювання персоналу, контролю та організації (рис. 3.7). Для формування науково-методичних підходів щодо покращення системи управління ЗЕД вітчизняних підприємств, на основі використання адаптивного маркетингу з метою зростання ефективності ведення фінансово-господарської діяльності, необхідним є дослідження складових елементів зазначеної системи управління.

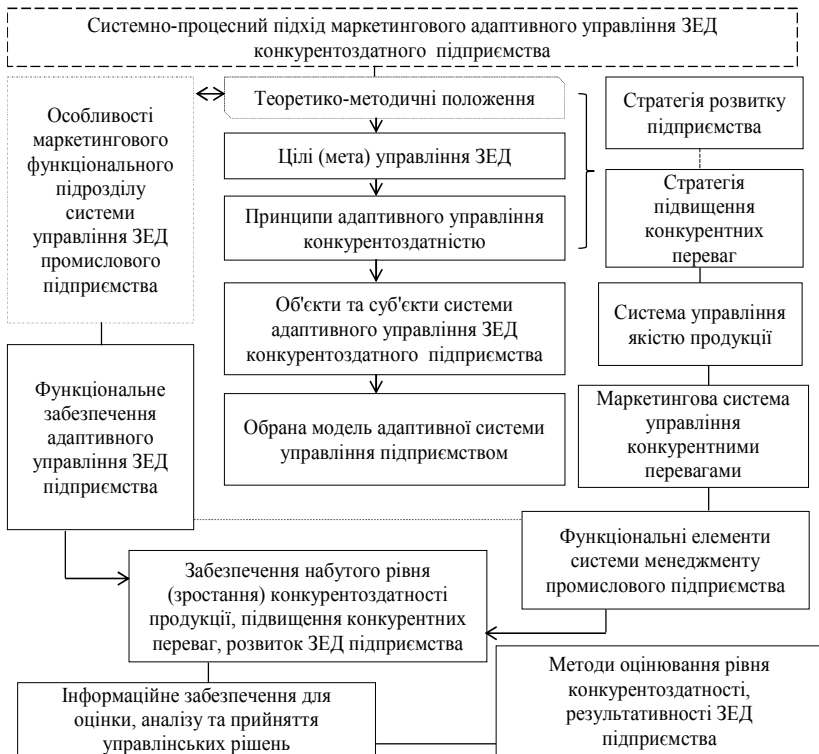


Рис. 3.7. Складові елементи системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатного промислового підприємства*

* побудовано авторами

Концептуальні основи маркетингового адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства базуються на теоретико-методичних положеннях сучасної теорії управління промисловим підприємством, а отже основними складовими елементами зазначеної системи є обрані підприємством цілі функціонування (мета), методологічні підходи й принципи управління, об'єкти та суб'єкти, функціональне забезпечення, адаптивні механізми маркетингового управління (обрана модель).

В умовах адаптації вітчизняних підприємств машинобудівної галузі до європейських ринків, завданням менеджерів підприємства є не тільки забезпечення сталої фінансово-господарської діяльності в будь-яких економічних, політико-соціальних та інших факторах впливу, а й формування заходів, цілеспрямованих на розширення зовнішніх ринків збуту та активізацію співпраці з іноземними бізнес-партнерами.

Запропонований системно-процесний підхід до системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатного промислового підприємства передбачає те, що дана система підпорядковується цілісному механізму менеджменту підприємства та визначає процес виконання ряду функцій щодо управління підприємством в цілому та функцій щодо формування конкурентних переваг, підвищення конкурентоздатності продукції, удосконалення маркетингової діяльності, внесення організаційних змін в діяльність господарюючого суб'єкта тощо. Розповсюджене визначення терміна «процес» полягає в діяльності управління господарськими засобами, ресурсно-фінансовим забезпеченням для отримання вихідних поставлених завдань різноманітного характеру. Окрім процесного та системного підходів до управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства існує ситуаційний, що передбачає врахування змін внутрішніх та зовнішніх умов господарювання та внесення корективів у поставлені поточні та стратегічні плани. Цей підхід має аспекти адаптивного підходу до управління конкурентоздатністю підприємства. Закономірно, що суб'єкти здійснюють вплив на об'єкти будь-якої системи управління, зокрема й системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД промислового підприємства.

Слід деталізувати об'єкти системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатного промислового підприємства (рис. 3.8). Суб'єктами системи адаптивного управління ЗЕД підприємства виступають управлінці, керівництво, маркетологи, персонал функціональних підрозділів підприємства.

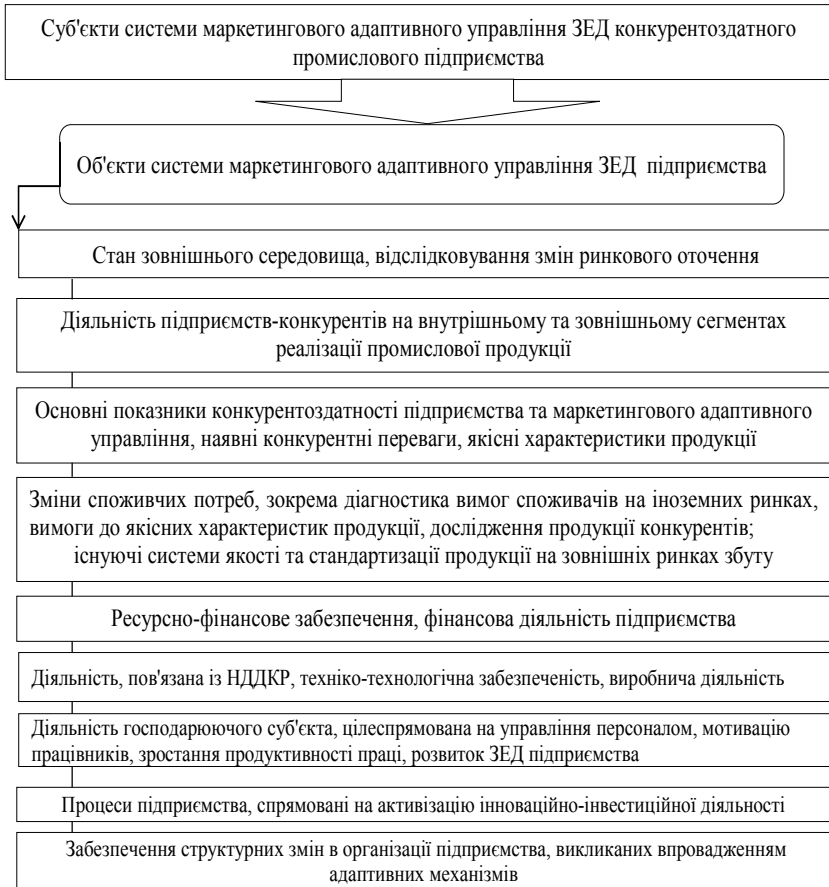


Рис. 3.8. Деталізація об'єктів системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД промислового підприємства*

* побудовано авторами

Варто зазначити, що об'єктів, на які здійснюють вплив суб'єкти при управлінні ЗЕД, є досить велика кількість, особливо в поєднанні з об'єктами маркетингової функціональної системи управління. Через те, на рис. 3.8 наведено основоположні об'єкти впливу промислових підприємств, в стратегічних цілях яких лежить розширення зовнішніх ринків збуту продукції й активізація міжнародної співпраці. Виходячи з того, що конкурентоздатність підприємства є відносною категорією, цілеспрямованість системи управ-

ління конкурентоздатністю базується на здійсненні аналізу сильних та слабких сторін діяльності суб'єкта, проведення дослідження характеристик аналогічних виробів інших промислових підприємств, формування конкурентних переваг із удосконаленням елементів управління ЗЕД, а найголовніше, створенням та впровадженням відповідної стратегії розвитку [156].

Сталість конкурентних переваг виробів промислових підприємств забезпечується через підтримку їх якісних характеристик (параметрів). Для вітчизняних підприємств, які зорієнтовані на активізацію ЗЕД, розширення зовнішніх ринків збуту, якісною є та продукція, яка характеризується найбільш важливими властивостями, що в повній мірі задовольняють споживчі потреби у сучасний період ринкових відносин за умов обрання євроінтеграційного вектора розвитку економіки.

Підсистема управління якістю продукції підприємств не може відособлено існувати від інших функціональних підрозділів суб'єкта. Але, найбільше значення займає функціональний підрозділ служби маркетингу господарюючого суб'єкта. Покращення якісних характеристик продукції залежить від прийнятих управлінським персоналом цього підрозділу рішень, спрямованих в першу чергу на:

- модернізацію виробничого процесу (впровадження новітніх технологій, оновлення основних засобів тощо);
- підвищення вимог до такого функціонального елемента управління як контроль та моніторинг (обов'язково в розрізі всіх структурних підрозділів);
- активізацію виробництва інноваційних видів продукції;
- внесення організаційних змін та корективів в структурний аспект господарської діяльності тощо.

Наведена схематична модель маркетингових заходів забезпечення якості машинобудівної продукції передбачає активну співпрацю системи адаптивного маркетингу підприємства із його функціональними підрозділами в період усього життєвого циклу продукції підприємства (рис. 3.8). При цьому функції маркетингу на підприємстві щодо забезпечення якості продукції відповідно до життєвого циклу продукції розподіляються на заходи, здійснені перед процесом збуту – на етапі вивчення споживчих вподобань, науково-дослідних і дослідницько-конструкторських робіт, під час виробничого процесу та в період безпосередньої реалізації продукції на внутрішні та зовнішні ринки збуту.

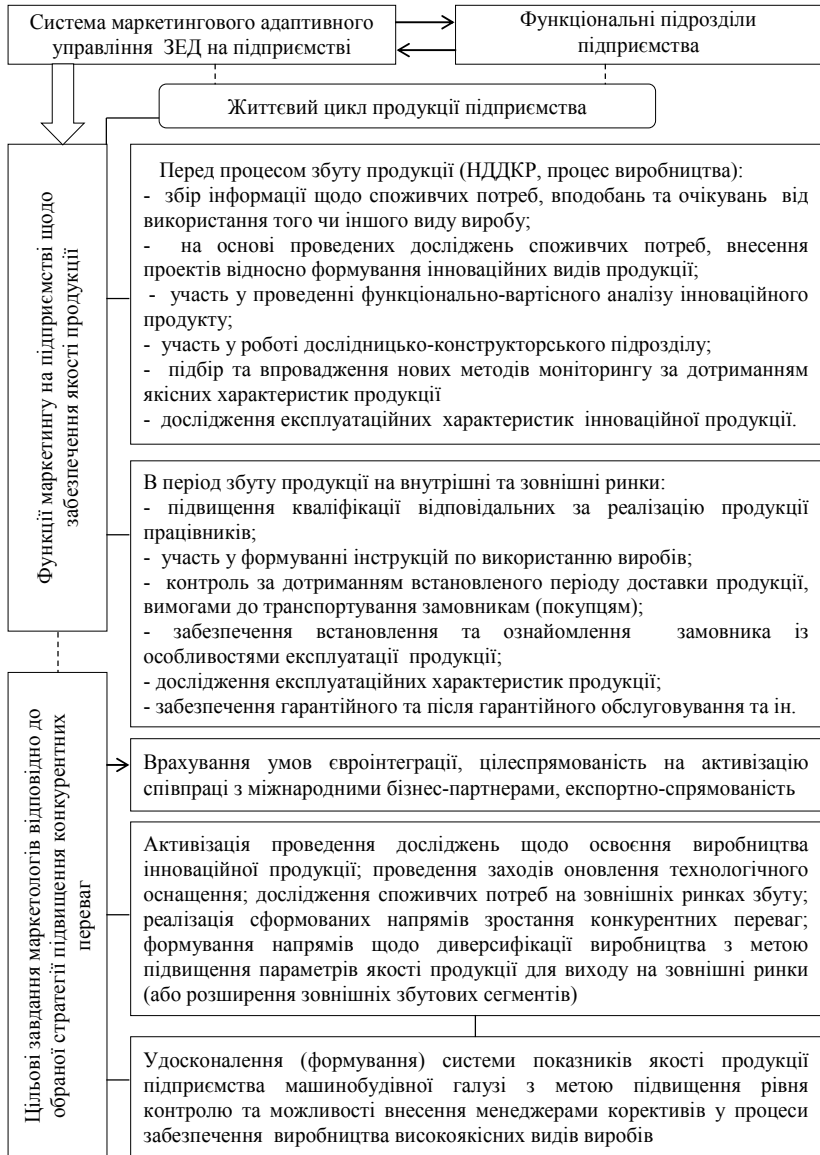


Рис. 3.8. Схематична модель маркетингових заходів забезпечення якості продукції*

*розроблено авторами

З метою впливу на процес перевірки систем якості Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO) було затверджено міжнародні стандарти (МС) ISO серії 9000:

- МС ISO 9000 «Загальне керівництво якістю та стандарти із забезпечення якості. Керівні вказівки щодо вибору та застосування»;
- МС ISO 9001 «Системи якості. Модель для забезпечення якості за проектування та (або) розроблення, виробництва, монтажу й обслуговування»;
- МС ISO 9002 «Системи якості. Модель для забезпечення якості за виробництва і монтажу»;
- МС ISO 9003 «Система якості. Модель для забезпечення якості за кінцевого контролювання та випробування»;
- МС ISO 9004 «Загальне керівництво якістю і елементи системи якості. Керівні вказівки» [214, с. 36–37].

Базові елементи системи менеджменту промислового підприємства мають знаходитися у повній взаємодії з функціональними елементами моделі управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства. Досліджуючи структурні елементи системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД підприємства за умов євроінтеграції, особливо в аспекті забезпечення якості продукції, необхідним є удосконалення процесів управління витратами та зниження, по можливості, собівартості продукції. Для виробництва якісної продукції підприємство потенційно збільшує витрати, але завданням управлінського персоналу є пошук виробничих резервів, забезпечення сталої фінансово-господарської діяльності.

Під станом стійкості промислового підприємства розуміють стан забезпечення гнучкої рівноваги із використанням адаптивних та інших механізмів у маркетинговому адаптивному управлінні ЗЕД підприємства. Цілеспрямованість адаптивних механізмів полягає у недопущенні виведення господарюючого суб'єкта із рівноважного стану, швидкий реакції на динамічні зміни ведення бізнесу. Визначальну роль у зазначених процесах відіграє служба маркетингу. В окремих випадках використання підприємством підтримуючих механізмів, навпаки, може призводити до утримування покращання економічних параметрів (подекуди, наприклад фінансова служба) [209]. Звідси можна дійти висновку, що пріоритет повинен віддаватися саме адаптивним механізмам.

Якщо на підприємстві будуть сформовані власні концептуальні засади щодо удосконалення системи управління конкурентоздатністю, це позитивно впливатиме на зростання основних

економічних параметрів, а саме їх ефективності та сприятиме подальшому розвитку підприємства в аспекті технологічного оновлення, посилення конкурентних переваг, розвитку ЗЕД. Впровадження адаптивних механізмів в структуру системи маркетингового управління ЗЕД підприємства сприятиме пристосуванню до умов тих ринків, на яких підприємство планує реалізовувати свою продукцію, обґрунтуванню обрання інструментарію дії на розвиток конкурентного потенціалу.

В адаптивній маркетинговій системі управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства як структурного компонента, формуються так звані механізми підлаштування організаційної структури та функціональних елементів управління як до внутрішніх, так і до зовнішніх факторів впливу. Маркетингове адаптивне управління підприємством використовує як дані попереднього аналізу фінансово-господарської діяльності, так і поточні оціночні параметри для визначення прогнозного сценарію, усунення визначених відхилень та заходів недопущення їх в майбутньому, зменшення впливу факторів, які до них призвели. Але, першочерговим є те, що використання адаптивного підходу в маркетинговому управлінні ЗЕД підприємства базується на формуванні і провадженні ефективної стратегії. Адаптивність промислового підприємства асоціюється з перспективою внесення структурно-організаційних змін та підходів до регулювання та управління діяльністю [54; 125]. Необхідним є внесення організаційних змін у структуру підприємства, коригування завдань, що стоять перед службою маркетингу на підприємстві, розширення можливостей для опрацювання більшого масиву інформаційних даних, що позитивно впливатиме на формування конкурентних переваг у поточному періоді та майбутній перспективі. Лише використання в управлінні адаптивних механізмів та розвиток маркетингової діяльності надасть можливість досягнути поставлені цілі зростання конкурентоздатності підприємства в стратегічній перспективі, розширення бізнес-партнерства на міжнародній арені.

Забезпечення результативного маркетингового управління конкурентними перевагами в ЗЕД підприємства. За нинішніх умов господарювання вітчизняних промислових підприємств важливим є використання новітніх підходів до управління господарюючим суб'єктом. Вагоме значення має маркетингова складова менеджменту підприємства, так як саме від неї залежить розвиток фінансово-ресурсного потенціалу, забезпечення конкурентних переваг, зростання прибутковості тощо. Внутрішні інтеграційні процеси

маркетингової складової управління в цілісній системі менеджменту господарюючого суб'єкта дозволять забезпечити запланований рівень ефективності економічних параметрів, отримання поставлених цілей, сприятимуть розвитку інвестиційно-інноваційних процесів, зростанню продуктивності праці, рівня конкурентоздатності продукції як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках тощо. Зважаючи на відсутність єдиного підходу до визначення структурних складових маркетингового управління конкурентними перевагами на промисловому підприємстві, єдності наукових підходів до формування системи маркетингового управління ЗЕД господарюючого суб'єкта, необхідності впровадження засобів пристосування до зовнішнього оточення, інтеграційних умов функціонування, ці питання вимагають подальших, більш глибоких досліджень з метою удосконалення процесів управління у певних напрямках господарювання.

Розглядаючи маркетинг як важливу науку, на сьогодні, її результати та подальше вдосконалення є вкрай необхідними для функціонування вітчизняних підприємств, особливо за потреби інвестиційно-інноваційного розвитку, зростання конкурентних переваг, задоволення потреб споживача тощо. Існуючі засади маркетингової концепції управління спрямовують промислові підприємства на пошук як найкращих рішень під час ведення фінансово-господарської діяльності. Використання новітніх концептуальних засад та підходів до маркетингового управління конкурентними перевагами має характеризуватися інноваційними процесами на підприємстві. Маркетинг виступає засобом, через який відбувається вплив на формування вартості та, в подальшому, розвиваються процеси стосовно покращення інноваційної діяльності та, відповідно, формування конкурентних переваг [149].

Слід дослідити роль маркетингового управління конкурентними перевагами в інноваційній сфері розвитку підприємства (див. рис. 3.9). Саме система маркетингового управління конкурентними перевагами, виконуючи поставлені функціональні завдання, приводить до прийняття рішень, відносно інноваційної продукції, яка користуватиметься попитом як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, що є особливо актуальним за потреби розвитку ЗЕД вітчизняних підприємств.

Інноваційний маркетинг характеризується не тільки тим, що використовує новітні методи, інструментарій для дослідження ринкового попиту на інноваційні вироби, а й передбачає форму-

вання, на основі удосконалення зазначених методів та інструментарію, заходів відносно ефективнішого задоволення споживчих потреб із виробництвом тієї самої номенклатури виробів.



Рис. 3.9. Роль маркетингового управління конкурентними перевагами в інноваційній сфері розвитку підприємства*

*розроблено авторами

Маркетологами, з метою формування нових конкурентних переваг, повинні визначитися, також й найважливіші внутрішні фактори розвитку інноваційних можливостей. Інноваційний маркетинг впливатиме на розвиток інноваційної сфери підприємства за умови використання концептуальних підходів до управління ЗЕД, зокрема, рівня результативності проведення дослідження впливу зовнішніх умов функціонування підприємства.

До взаємопов'язаних складових маркетингового управління ЗЕД підприємства можна віднести аналіз, прогнозування, планування, реалізацію та моніторинг за виконанням напрямів стосовно розширення цільових зовнішніх ринків збуту. Сукупність низки наведених заходів формує маркетингову політику підприємства відносно того чи іншого виробу, встановлення його ціни, цілеспрямованості на зовнішні ринкові сегменти збуту продукції. Більшість вітчизняних підприємств на сьогодні є цілеспрямованими на розширення зовнішньоекономічної діяльності, що дозволить збільшити прибутковість, розширити співпрацю на зовнішніх ринках збуту продукції, підвищувати конкурентоздатність виробів. Розвиток маркетингової діяльності підприємства в умовах активізації зовнішньоекономічної діяльності надає йому низку прерогатив, а саме:

- результативності функціонування виробничої системи;
- формування нових та збільшення конкурентних переваг на внутрішньому ринку, що сприятиме збільшенню конкурентоздатності продукції та розширенню зовнішніх ринків в умовах євроінтеграційного розвитку та членства в СОТ;
- розповсюдження інформації споживачу про торгову марку та вироб;
- зростання прибутковості підприємства через розширення ринкових сегментів збуту продукції.

Підприємство цілями якого є вдосконалення якісних та цінових характеристик виробів для задоволення потреб споживачів інших країн; формування інноваційних виробів та використання досвіду економічно розвинених країн характеризується більшою результативністю функціонування в порівнянні із підприємствами-конкурентами. Маркетинговий потенціал підприємства, який впливає на формування та збільшення конкурентних переваг, проявляється внаслідок впливу як внутрішніх, так і зовнішніх загроз, які можна визначити як маркетингове оточення.

Основною метою кожного промислового підприємства є отримання прерогатив в конкурентній боротьбі, збільшення при-

бутків та розширення виробництва та реалізації продукції. Найбільш суттєвими зовнішніми загрозами для ЗЕД промислових підприємств, які стають на заваді нарощенню конкурентних переваг є недосконалість законодавчо-нормативного регулювання; подекуди, недостатність достовірних інформаційних даних про вплив факторів функціонування в ринковому оточенні, відсутність дієвих програм державної підтримки розвитку діяльності промислових підприємств.

Таким чином, можна стверджувати, що на результативність маркетингової системи управління конкурентоздатністю підприємства із використанням адаптивних механізмів суттєво впливають фактори зовнішнього середовища, особливо в умовах розвитку євроінтеграційних процесів і необхідності активізації ЗЕД. До внутрішніх загроз, які формуються усередині підприємства та, подекуди, пов'язані із невірним прийняттям рішень менеджерами, відносять: необхідність удосконалення розподілу функціональних обов'язків між працівниками маркетингової служби; потреба у використанні ефективних заходів мотивації та стимулювання працівників даної служби; періодичне підвищення кваліфікації маркетологів, що пов'язано із постійними новаціями у цій сфері.

В ефективному маркетинговому управлінні конкурентними перевагами підприємства маркетингові чинники мають узгоджуватися між собою для підвищення маркетингового потенціалу підприємства, тобто зростання результативності використання ресурсної бази та удосконалення функціонування виробничої системи в цілому. Для ефективного маркетингового управління конкурентними перевагами й протистояння загрозам, структурні складові системи адаптивного управління ЗЕД підприємства мають взаємодіяти між собою, а організаційні аспекти такої взаємодії повинні контролюватися призначеними відповідальними фахівцями. Щодо функцій управління їх можна визначити як безперервний вплив на маркетингову діяльність в аспекті процесу прогнозування, планування, моніторингу, організації, оцінювання, стимулювання працівників з метою виконання поставлених цілей та завдань маркетингу на підприємстві. Важливим функціональним наповненням управління маркетинговою діяльністю також є інформаційне забезпечення та контроль за даними процесами.

Одним з важливих структурних аспектів маркетингового управління конкурентними перевагами підприємства є проведення контролю ефективності маркетингової діяльності управління ними, який передбачає оцінку ефективності впровадження раніше сфор-

мованих програм та стратегій, напрямів та заходів. Управлінський персонал зменшує вплив потенційних ризиків на фінансово-господарську діяльність, враховуючи при плануванні та прогнозуванні зібрані та опрацьовані маркетингові інформаційні дані. Таким чином забезпечується виконання напрямів маркетингового розвитку підприємства та нарощення конкурентних переваг.

Усі складові системи адаптивного управління маркетингом на підприємстві, цілеспрямовані на підвищення конкурентного потенціалу, обсягів реалізації виробів на внутрішні та зовнішні ринкові сегменти збуту із максимальним задоволенням потреб споживачів для нарощення власних конкурентних переваг. Від налагодження управлінським персоналом взаємозв'язків складових елементів маркетингового управління конкурентними перевагами, залежить отримання, в кінцевому, поставлених поточних та стратегічних цілей, виконання планів, рівень ефективності маркетингової діяльності та її вплив на загальний ресурсно-фінансовий потенціал, а головне ефективність функціонування маркетингового управління у системі менеджменту підприємства.

Важливе значення відіграє розвиток маркетингового потенціалу, який знаходиться у взаємозв'язку із факторами впливу на діяльність підприємства. Від процесу оцінювання, як функціональної складової управління маркетингом, залежить можливість удосконалення інших складових маркетингового управління. Обрані теоретико-методичні підходи до управління повинні враховувати специфіку господарювання промислового підприємства на вітчизняному та іноземних ринках. Для наочного представлення взаємозв'язку основних елементів для ефективного маркетингового управління конкурентними перевагами, слід визначити основні складові, що формують стратегію розвитку конкурентоздатності промислового підприємства (див. рис. 3.10). Стратегія розвитку конкурентоздатності промислового підприємства базується на сформованих концептуальних засадах формування управління підприємствами в умовах глобалізації та визначених ефективних маркетингових методах для збільшення конкурентних переваг на збутових сегментах ринку. На основі аналізу базових показників маркетингової діяльності, стану системи формування конкурентних переваг, базових параметрів фінансово-господарської діяльності, ресурсно-фінансового потенціалу визначається спроможність щодо вдосконалення процесів для виробництва інноваційних виробів з якісними параметрами, що відповідають і міжнародним стандартам якості.

Розділ 3. Міжнародні економічні відносини у підвищенні конкурентоздатності...



Рис. 3.10. Основні складові, що визначають стратегію розвитку конкурентоздатності промислового підприємства*

* побудовано авторами

При формуванні стратегії розвитку конкурентоздатності промислового підприємства, менеджерами підприємства береться до уваги проаналізований наявний рівень забезпечення конкурентоздатності продукції та існуючих конкурентних переваг, показники маркетингової діяльності, ЗЕД та системи управління конкурентними перевагами підприємств.

Для ефективного маркетингового управління конкурентними перевагами, необхідним є наявність належного кваліфікаційного рівня у фахівців підприємства усіх структурних підрозділів. Відповідальні менеджери повинні контролювати забезпечення узгодженості маркетингового управління та елементів управління менеджменту таких як: планування, прогнозування, аналіз, облік, оцінка, моніторинг, стимулювання, мотивація, контролінг.

Узагальнення та опрацювання інформаційних даних маркетингової підсистеми впливає на впровадження заходів щодо підвищення конкурентних переваг в умовах активізації міжнародної співпраці. Вдосконалення функціонального наповнення управління ЗЕД підприємства та виконання усіх перелічених заходів надасть можливість отримати синергетичний ефект для розвитку фінансово-господарської діяльності підприємства.

Удосконалення методичного забезпечення виходу на зовнішні ринки збуту продукції, шляхом впровадження адаптивних механізмів управління, має ґрунтуватися на посиленій базі інструментарію для проведення контролю виконання поставлених завдань. Підприємство, підібравши собі ефективні методи адаптивного маркетингового управління із поставленими задачами розширення зовнішніх ринків збуту, повинно проводити дослідження економічних умов функціонування на іноземних ринках, відстежуючи вимоги споживачів в країнах бізнес партнерах.

Під час ведення фінансово-господарської діяльності та процесів, спрямованих на підвищення конкурентоздатності підприємства, розвитку маркетингової діяльності, використовуються інформаційні дані як впливу зовнішнього оточення й умов функціонування в ньому, так і внутрішні чинники діяльності. Саме тому, на кожному промисловому підприємстві повинна функціонувати система маркетингового забезпечення інформаційними даними, яка підвищуватиме результативність формування конкурентних переваг та забезпечуватиме належний рівень конкурентоздатності як продукції, так і підприємства в цілому. Проблематика формування даної системи полягає у пошуку й відібранні інформаційних даних,

необхідних маркетинговій службі. Мова йде про більш поглиблений аналіз пріоритетів зовнішніх споживачів, визначення напрямів стратегічних орієнтирів просування продукції на зовнішні ринки збуту, особливості функціонування на даних ринках, ведення співпраці із країнами бізнес-партнерами тощо.

Отже, система інформаційного забезпечення, можливості доступу до інформаційних даних та їх як найефективніше опрацювання з метою прийняття рішень призначеними фахівцями формують інформаційний потенціал маркетингової діяльності будь якого промислового підприємства. Не існує єдиного науково-методичного підходу до визначення інформаційного потенціалу маркетингової діяльності промислового підприємства. Це питання є дискусійним в розрізі його базових складових, але на нашу думку повинна враховуватись специфіка та особливості діяльності того чи іншого підприємства, його можливості, вже набутий рівень конкурентних переваг, сегментів охоплених ринків реалізації продукції.

На практиці, зазначені стратегічні аспекти підвищення конкурентних переваг та збільшення ринків реалізації продукції, здебільшого ґрунтуються на відповідній маркетинговій стратегії, основною метою якої є вихід на зовнішній ринок збуту. Але, слід зауважити, що на сьогодні промислові підприємства характеризуються різноманітністю, в контексті фінансових спроможностей, ресурсних можливостей і наявності відповідного кваліфікаційного персоналу, особливостями ведення зовнішньоекономічної діяльності.

Реалізація стратегії розширення зовнішнього ринку включає логічну етапність поставлених завдань, які мають піддаватися належному моніторингу керівництвом. Перед формуванням плану дій управлінського персоналу щодо виходу на зовнішній ринок, проводиться аналіз усіх факторів впливу конкурентного оточення як позитивного, так і негативного характеру. Тоді управлінський персонал матиме змогу зорієнтуватися стосовно власних можливостей. Міжнародний маркетинг є доволі складною функціональною задачею в системі управління підприємством і вимагає дослідження багатьох сфер діяльності в прогнозуванні країни, на ринки якої планує реалізовувати власну продукцію.

Побудова структурної моделі маркетингового адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства. Як і кожній системі управління виробничою діяльністю, структурній моделі маркетингового адаптивного управління ЗЕД підприємства притаманна власна етапність формування, яка надає наочне представ-

лення про її основоположні складові елементи, заходи відносно їх взаємодії та послідовності виконання. Формування структури елементів системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД господарюючого суб'єкта в умовах зовнішнього середовища та євроінтеграційних процесів базується на відповідних концептуальних підходах забезпечення ефективного маркетингу і рівня конкурентоспроможності підприємства.

Говорячи про адаптивний підхід до управління, в зазначеній моделі управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства, обов'язково мають бути присутні процеси, пов'язані із проектуванням адаптивної системи управління промисловим підприємством, адже вони стосуються усієї організаційної структури виробничої системи та усіх етапів життєвого циклу продукції. В аспекті підвищення ефективності маркетингової діяльності модель маркетингового адаптивного управління ЗЕД підприємства може бути сформована лише після упорядкування організаційно-економічних основ побудови моделі адаптаційного механізму управління господарюючим суб'єктом в загальному.

Маркетологи та відповідальні фахівці за допомогою проведення аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства та визначення маркетингових показників матимуть змогу сформувати основоположні напрями для посилення конкурентних переваг.

За рис. 3.11 основоположними етапами побудови структури маркетингового адаптивного управління ЗЕД підприємства є наукове обґрунтування необхідності використання адаптивних механізмів щодо маркетингового забезпечення підприємства та визначення основних маркетингових досліджень конкурентного середовища із виокремленням чинників, які позитивно впливають на розширення підприємством як внутрішніх, так і зовнішніх сегментів збуту виробів. Реалізація стратегії розвитку конкурентоздатності підприємства на основі адаптивних підходів передбачає внесення структурно-організаційних змін в систему управління суб'єкта.

Кожна, без винятку, впроваджена структура системи управління, в різних аспектах діяльності підприємства, потребує угруповання заходів щодо оцінювання результативності її впровадження й функціонування. Це також потребує від управлінського персоналу прийняття відповідних управлінських рішень, а саме визначення засад проведення оцінювання результативності впровадження системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД підприємства.

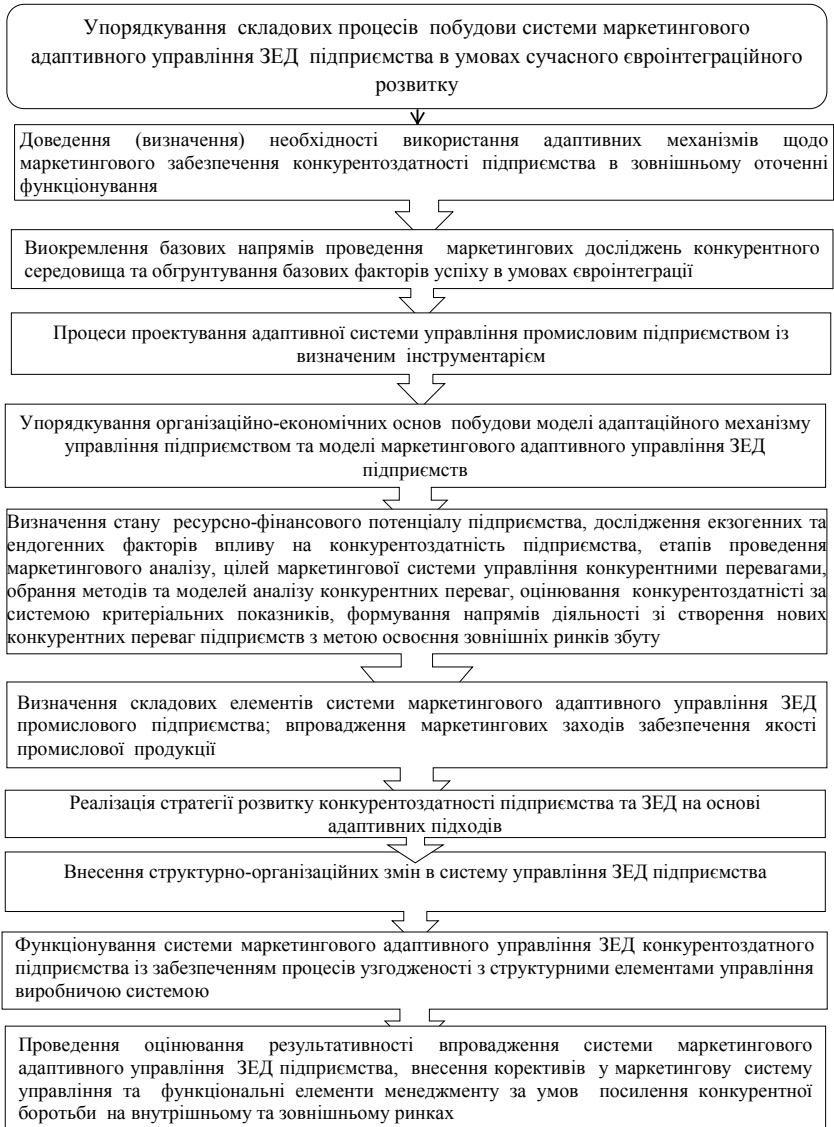


Рис. 3.11. Концептуальна етапність побудови структури системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД підприємства за умов євроінтеграції*

* розроблено авторами

Маркетингове адаптивне управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства спрямоване на розв'язання ряду поставлених управлінських завдань, відслідковує зменшення чи збільшення попиту на продукцію для задоволення споживчих потреб, збільшення обсягів реалізації із утриманням набутого рівня чи зростанням конкурентоздатності.

Особливістю маркетингового адаптивного управління в системі менеджменту підприємства є те, що дані процеси (управлінські підходи) не обмежуються лише службою маркетингу, а отже, маркетинговій адаптивній системі управління притаманні функції системи управління підприємством.

До основних функцій маркетингового адаптивного управління відносять:

- аналіз – діагностика зовнішнього і внутрішнього середовища, дослідження ринку, його кон'юнктури, дослідження характеристик і поведінки суб'єктів цільових ринків підприємства;

- планування – формування маркетингової стратегії, формування планів маркетингу на основі досліджень, розроблення маркетингових програм;

- організування – реалізація встановлених планів, формування організаційної структури маркетингу на підприємстві, розроблення конкретних завдань, визначення повноважень і відповідальності за реалізацію маркетингових заходів;

- мотивування – розроблення та реалізація матеріальних та моральних стимулів для персоналу, підтримання сприятливого корпоративного клімату підприємства;

- маркетинговий контроль – контроль за дослідженням ринку, виконанням маркетингових програм, виправлення виявлених похибок, аудит маркетингу [161, с. 167–168].

Організаційні аспекти, що стосуються внесення змін в маркетингову діяльність промислових підприємств знаходяться у взаємозалежності від ряду внутрішніх факторів того чи іншого підприємства, адже враховується асортимент виробів, які виготовляються та реалізуються, життєвий цикл продукції, обрані стандарти якості, специфіка цінової політики, підходи до управління, обсяги виробництва та ін.

Маркетингове забезпечення в управлінні ЗЕД кожного підприємства відіграє важливу роль від початку проведення НДДКР, виробництва, реалізації, післягарантійного обслуговування продукції, прийнятті поточних та стратегічних рішень та ін.

Розглядаючи проблематику маркетингового забезпечення в управлінні ЗЕД промислового підприємства необхідно брати до уваги функціональне наповнення маркетингової служби із проведенням моніторингу даних процесів управління та взаємозв'язок даної служби із базовими складовими системи управління (структурними підрозділами). Цей взаємозв'язок спричинює вплив на процеси формування маркетингової політики промислового підприємства, оцінювання можливостей забезпечення підвищення конкурентоздатності підприємства і розвитку міжнародної співпраці [151].

Зважаючи на те, що впровадження адаптивних механізмів в систему менеджменту промислового підприємства супроводжується організаційними змінами, у структурній моделі адаптивного управління ЗЕД підприємства за умов євроінтеграції має бути виокремлено організаційне забезпечення маркетингового адаптивного управління, що впливає на визначення складових елементів системи маркетингового управління, обрання адаптивного інструментарію адаптивних підходів управління.

На основі адаптивного інструментарію системи менеджменту, який формується відповідальним управлінським персоналом, залежать процеси проектування адаптаційної системи управління промисловим підприємством.

Крім організаційного забезпечення, в структурній моделі маркетингового адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства за умов євроінтеграції, важливе значення має функціонально-процесне забезпечення управління конкурентоздатністю підприємства. Обрана мета та поставлені цілі функціонування підприємства визначають його стратегію розвитку ЗЕД, яка відповідно має реалізовуватися через функціональні складові системи менеджменту. У підсистемі управління якістю продукції та ціновою політикою існує система показників рівня якості продукції. Опрацювання інформаційних даних для маркетологів та відповідальних спеціалістів підприємства має вирішальне значення у прийнятті управлінських рішень, особливо з використанням адаптивного підходу та необхідності швидкого реагування на умови зовнішнього конкурентного середовища.

Модель маркетингового адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатних підприємств характеризується зворотнім зв'язком, який пояснюється частими змінами зовнішніх умов функціонування підприємств, нестабільністю соціально-політичного становища та потребою до швидкого пристосування для втримання набу-

того рівня конкурентоздатності як продукції, так і підприємства в цілому. Визначивши відхилення запланованих результатів від фактично отриманих, приймаються управлінські рішення, які в першу чергу цілеспрямовані на коригування встановлених засад реалізації стратегії розвитку ЗЕД підприємства. В свою чергу, це призведе до перегляду функціонально-процесного наповнення системи управління ЗЕД підприємства. Дії управлінського персоналу під час формування структури системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД в першу чергу базуються на визначенні ряду суб'єктів управління та відповідних об'єктів.

Суб'єктами є управлінський персонал, менеджери, фахівці, які задіяні в маркетинговій діяльності. Суб'єкти спрямовують виконання своїх функцій на сукупність об'єктів маркетингового управління ЗЕД підприємства для досягнення відповідного результату. Враховуючи специфіку власного підприємства менеджери обирають принципи маркетингового адаптивного управління. Методи, важелі та інструментарій, завдання обираються з врахуванням цільових ринків, на які має намір вийти підприємство або розширити уже існуючі ринкові сегменти збуту продукції. Маркетингове управління на промисловому підприємстві, зосереджене на підвищенні конкурентоздатності, характеризується сукупністю маркетингового інструментарію. Маркетинговий інструментарій управління підприємством в першу чергу цілеспрямований на управління попитом шляхом виконання попереднього сформованих маркетингових планів і стратегій для розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

У концепціях управління маркетингом домінує процес, що включає аналіз маркетингових можливостей; розроблення маркетингових стратегій; планування маркетингових програм (розроблення системних інструментів); організацію виконання; контроль маркетингової роботи, найтіснішим чином взаємозалежний зі стратегічним плануванням. Отже, складна аналітична, планова, організаційна робота на всіх наявних рівнях суб'єкта у процесі маркетингового управління в остаточному підсумку підлегла формуванню й управлінню системними маркетинговими інструментами. Формування та впровадження маркетингових засобів на засадах адаптивного підходу управління передбачає коригування процесів планування, функціонального наповнення служби маркетингу та її організації, проведення контролю ЗЕД підприємства. Проводити контроль та моніторинг маркетингової діяльності на промисловому підприємстві є доволі трудомістким процесом, адже вимагає до-

слідження як рівня прибутковості, аналізу фінансово-господарської діяльності, рівня результативності маркетингової діяльності, виконання поставлених планів та завдань. За даними річних планів менеджери роблять висновки щодо обсягів виробництва та реалізації продукції, величини отриманого прибутку тощо.

Маркетингова система адаптивного управління ЗЕД конкурентоздатного підприємства з необхідною періодичністю має коригуватися управлінським персоналом. Це пов'язано з потребою внутрішнього розвитку підприємства, змін потреб споживачів, так і впливом зовнішніх факторів на забезпечення конкурентоздатності.

3.5. Аналіз наукових поглядів у розвитку маркетингового управління виробничими системами

Маркетинг – це соціальне явище, в якому індивідууми і їх групи отримують те, що їм необхідно, дотримуючись своїх бажань і можливостей, за допомогою створення, оцінювання товарів і здійснення певних угод. Під маркетингом розуміються також ринкові дослідження. У всякому разі, саме так нами розуміються наступний вислів в роботі «Оцінка бізнесу»: «Передбачається перехід майна з рук в руки ... після адекватного маркетингу» [117].

Голубков Є.П. вважає, що термін «маркетинг» має двоякий сенс: це і одна з функцій управління, де маркетинг має не більше і не менше значення, ніж будь-яка інша діяльність, пов'язана з фінансами, виробництвом, науковими дослідженнями тощо і цілісна концепція управління (філософія бізнесу), де маркетинг вимагає, щоб компанія розглядала споживання як демократичний процес, при якому споживачі мають право «голосувати» за потрібний їм продукт своїми грошима [47].

Ільїн А. В. вважає, що «маркетинг (а точніше, його відсутність) став однією з причин виникнення кризи в економіці. Що стосується аналізу поточної ситуації можна з упевненістю сказати, що кризові явища, які спостерігаються сьогодні в економіці в цілому і на окремих підприємствах, в чому продовжують визначатися проблемами, так чи інакше пов'язаними з маркетингом. Іншими словами, стан системи маркетингу конкретного підприємства може бути джерелом його неплатоспроможності. Тому реалізація принципів маркетингу на конкретному підприємстві є однією зі сфер інтересів керуючого» [88].

Тракування маркетингу як функції управління в даний час поступається його трактуванню як цілісної концепції управління, так званої філософії бізнесу. Ототожнення маркетингу з філософією бізнесу дав відомий європейський маркетинголог Жан-Жак Ламбен. Схоже за своїм спрямуванням визначення маркетингу запропонував Прабху Гунтарі, стверджуючи, що маркетинг – це філософія бізнесу, що ставить клієнта в центр його стратегії. Це виражається в тому, що в сучасній науковій і навчальній літературі більшість визначень маркетингу починається словами: «це методи керівництва», «комплексна система управління виробництвом і збутом продукції», «сукупність всіх дій», «це процес управління», «цілісна система» тощо.

Герчикова І.М. дає таке визначення: «маркетинг – це певна система внутрішньофірмового управління, що має власну методологічну основу: принципи, функції, організаційну структуру, методи і інструменти, інформаційну базу» [43].

Пунін Є.І. дає визначення маркетингу, що відображає основний його принцип: «маркетинг – це наука керувати підприємством, будь-якою господарською діяльністю і навіть всією економікою таким чином, щоб домогтися максимального ефекту, тобто досягти високих результатів в задоволенні людських потреб з мінімальними витратами матеріальних засобів і праці» [178]. Однак маркетинг використовується не тільки для підвищення ефективності управлінської системи, але і створює істотні переваги в конкурентній боротьбі. Тому, на нашу думку визначення Пуніна Є.І., яке найбільш повно відображає сутність маркетингу на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки, вимагає уточнення: «маркетинг – це наука керувати підприємством, будь-якою господарською діяльністю і навіть всією економікою в цілях створення конкурентних переваг за рахунок досягнення високих результатів в задоволенні людських потреб з мінімальними витратами матеріальних засобів і праці».

Необхідно відзначити, що сучасні трактування терміна «маркетинг» істотно відрізняються від зарубіжних, які характеризуються новими підходами до розуміння його сутності. Це пов'язано з рівнем розвитку тієї чи іншої країни.

Професор маркетингу і менеджменту Бізнес-школи м. Уорвіка в Великій Британії Пітер Дойль визначає маркетинг, як процес управління, мета якого полягає в максимізації доходів акціонерів за

допомогою розробки і реалізації стратегій з цінними для компанії покупцями і створення стійких відмітних переваг [62, с. 106]. Його визначення змінює розуміння сутності маркетингу, де головною його метою стає максимізація доходів власників компанії у вигляді потоку дивідендів і приросту капіталу і, отже, збільшення акціонерної вартості підприємства. Саме тому з точки зору цілей ведення бізнесу зміцнюється точка зору, згідно з якою головна задача будь-якого підприємства – нарощування його вартості для акціонерів. Дослідження показують, що підприємства, які керуються таким поняттям, виявляються більш успішними в своїй діяльності, а національні економіки, які засвоїли ці його нові принципи – більш конкурентоздатними у світовому масштабі.

На побудову довгострокових відносин з бізнес-партнерами орієнтована сучасна концепція маркетингу – маркетинг взаємодії. Ян Х. Гордон трактує його у вигляді певної форми розв'язання суперечностей виробництва і споживання як моментів відтворювального процесу, що створює основу для збалансованого розвитку потоку товарів і послуг [49, с. 10]. Взаємодія, інтеграція в єдиний процес стають основною ланкою механізму здійснення зв'язків виробництва і споживання, і інтереси маркетингу зміщуються в цю область. Відбувається перехід до системи взаємовигідних контрактів, ланцюжку взаємодіючих фірм і окремих суб'єктів ринку, які спільно беруть участь у створенні, розподілі, доведенні до кінцевих споживачів цінностей створеної продукції. Маркетинг виконує функції узгодження діяльності різних організацій у системі їх взаємодії. Він стає сполучною ланкою механізму взаємодії господарюючих суб'єктів і в той же час перестає бути прерогативою однієї організації, одного відділу, тобто він стає концепцією управління всією економікою, що розвивається мережею партнерів.

Фахівці в сфері управління маркетингом виділяють кілька етапів його розвитку. Це питання розглядається нами з метою обґрунтування теоретичних основ побудови маркетингової системи управління промисловим підприємством.

Перший етап еволюції маркетингу протікав близько ста років – аж до середини минулого століття. Перш за все, він характеризувався перевищенням попиту над пропозицією. На перше місце підприємницької діяльності – у міру зростання обсягів виробництва і поширеного вдосконалення товарів, що випускаються все більше ставало вирішення проблеми організації збуту за раху-

нок інтенсифікації комерційних зусиль і концентрації на цьому напрямку фінансових коштів. Цьому періоду властиво наростання процесів спеціалізації, укрупнення масштабів виробництва, посилення конкурентної боротьби і послідовне формування так званого ринку споживача. Саме в цей період були створені теоретичні основи маркетингу, як специфічної функції управління підприємством. С. Маккорміком (США) був створений цілий арсенал «основних знарядь» сучасного маркетингу: вивчення та аналіз ринку товарів і послуг, основні види та принципи вибору цінової політики та сервісного обслуговування. У тій же країні в самому початку минулого століття стали читатися в провідних університетах лекції з маркетингу і його проблем (методи і функції маркетингу, управління маркетингом, маркетинг продуктів компаній). Узагальнюючи, цей матеріал слід зазначити, що в цей період маркетинг носив прикладний характер. Він був спрямований на активний пошук покупців виробленої продукції з метою її прибуткового збуту.

У другій виділений фахівцями етап маркетинг почав набувати контури концептуальної системи, в цей період (1951–1970 рр.) Сформувалися три основні підходи до організації маркетингової діяльності, що становлять його фундамент: функціональний, інституціональний і товарний.

Функціональний підхід ґрунтується на поелементному аналізі збутової діяльності підприємства, а саме – оптової реалізації, транспортуванні і зберіганні (акцент при цьому робиться на внутрішньофірмове планування).

Інституційний підхід ставить в основу маркетингової діяльності кінцеву реалізацію виробленої продукції, її роздрібний продаж (в цьому випадку в центрі уваги знаходиться робота з роздрібним торговцем).

Товарний підхід ґрунтується на ретельному вивченні купівельних переваг, з урахуванням яких здійснюється розробка виробів і їх модернізація. На цьому етапі почалося формування так званого маркетингу споживача. Його вихідним тезою послужило уявлення про те, що споживачі прагнуть придбати не стільки сам товар як річ, скільки ту споживчу корисність, яка в ньому втілена. Звідси головним в обґрунтуванні рішень про виробництво того чи іншого товару стає глибоке, всебічне вивчення, перш за все споживача, його потреб та запитів, а також умов і факторів, під впливом яких вони формуються і розвиваються.

Одночасно відбувалася інтеграція в єдине ціле всіх раніше названих трьох підходів до організації маркетингової діяльності – функціонального, інституційного і товарного, виникло розуміння маркетингу як системи, що охоплює всі види підприємницької діяльності підприємства, пов'язані з виробництвом продукції і її просуванням від виробника до споживача. З'явився такий новий елемент маркетингу, як маркетингові дослідження, що стали згодом основою всієї маркетингової діяльності промислових підприємств.

Новий якісний поворот стався в 1950–1960-ті роки, коли, подолавши післявоєнні труднощі, економічно розвинені країни вступили в новий етап розвитку. Маркетинг став розглядатися як процес більш широкий, ніж внутрішньофірмове планування і навіть ніж стратегія і тактика економічної поведінки підприємства. Саме в цей період його почали сприймати як «філософію бізнесу» і в основних рисах була сформована сучасна концепція маркетингу. Маркетинг був визнаний великими корпораціями, що призвело до серйозних змін в структурі внутрішньофірмового управління. Головне з них це створення спеціальних маркетингових служб і передача функцій управління збутом керівнику відділу маркетингу. До цього ж періоду відноситься розвиток так званого управлінського маркетингу, суть якого полягає в поширенні принципів маркетингу на всіх рівнях управління підприємством знизу доверху. У методологічному відношенні головним досягненням в даний період слід вважати появу методів комплексного вивчення ринку. На цьому етапі почав формуватися міжнародний маркетинг, який називають також глобальним.

В цей же час розвиток теорії маркетингу йшов по лінії застосування системного підходу до організації маркетингової діяльності. У термінах системного аналізу маркетинг розглядається в двох аспектах: як підсистема управління всередині підприємства, функціонування якої забезпечує зв'язок між виробником і споживачем (мікромаркетинг), і як підсистема всередині суспільства, за допомогою якої досягається управління ринком з метою задоволення потреб кінцевих споживачів (макромаркетинг). Останній є принципово новим напрямком, що переміщує центр ваги з вивчення проблем окремо взятої фірми на аналіз соціальної системи, в рамках якої вона здійснює свою діяльність. Це стало поштовхом для виникнення ряду нових підходів до маркетингової діяльності: соціально-відповідального маркетингу, конс'юмеризму, біхевіоризму і стратегічного планування.

З 1960-х років настав якісно новий період у розвитку маркетингу, який був пов'язаний, перш за все, з новим етапом науково-технічного розвитку і посиленням інтернаціоналізації господарського життя. Визначилася нова сутність маркетингу, яка полягає в тому, щоб робити тільки те, що безумовно буде продано або, на думку Кулакова С. Н., «перетворювати потреби покупця в доходи підприємства» [11, с. 21].

Сучасні трактування характеризуються більш широким розглядом проблем розуміння маркетингу, хоча мають істотні відмінності. Так, наприклад, відомий фахівець з маркетингу Ф. Котлер визначає його як вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб за допомогою обміну [114, с. 9]. Це твердження досить справедливо відображає сучасні уявлення про ринок, проте є доволі загальним. Маркетинг – це процес визначення, передбачення і створення споживчих потреб і бажань та організації всіх ресурсів компанії для задоволення їх з більшим загальним прибутком для компанії і споживача (Берні Гудріч, США, 1960 р.)

Третій етап еволюції маркетингу (1971–1990 рр.) перетворив його, по суті, в доктрину сучасного бізнесу, його філософію, основний засіб комунікацій між фірмою і навколишнім середовищем, в комплексну системну діяльність. У цей період маркетинг стали розглядати з позицій системного аналізу на основі загальної теорії управління. Маркетинг поступово стає одним з головних елементів корпоративного стратегічного управління, який, пронизуючи всю діяльність фірми, спрямований на її адаптацію до зовнішнього економічного та політичного середовища. Маркетингова діяльність перетворюється з однієї сторони зв'язку підприємства з ринками збуту в цикл, в діалог фірми з покупцем. Тому все більшу увагу в маркетингу приділяється дослідженню до активного моделювання поведінки споживача на ринку.

Процеси, що відбуваються, обумовлені такими причинами, як істотне прискорення науково-технічного прогресу, зростання масштабів і ускладнення форм конкурентної боротьби, необхідність постійного оновлення товарного асортименту та збільшення пов'язаних з цим фінансових ризиків, загострення сировинної та енергетичної проблем тощо.

В середині 1980-х років ситуація на ринку складалася таким чином, що умови процвітання окремих підприємств або країни в цілому багато в чому залежали не тільки від рівня розвитку найважливіших технологій, а й від ефективності використання са-

мого маркетингу. Так, Баррі Берман та Дж. Р. Еванса у 1987 р. визначали маркетинг як передбачення, управління і задоволення попиту на товари, послуги, організації, людей, території й ідеї за допомогою обміну [241, с. 11]. Це трактування є схожим на визначення, що дав Ф. Котлер, проте має певні доповнення та уточнення.

У країнах з високим рівнем розвитку маркетингу достатню ефективність його використання забезпечують такі фактори, як високі темпи розвитку – інфраструктури маркетингу, тобто створення різних, самостійних підприємницьких структур, що займаються всім спектром питань, пов'язаних з маркетинговою діяльністю підприємств, на професійній основі; постійне збільшення обсягів інвестицій, що спрямовуються на реалізацію маркетингових програм (питома вага витрат на маркетинг в собівартості традиційних товарів становить близько 25 %, а нової продукції – до 70 %); вдосконалення технічних засобів маркетингу; використання різних складових маркетингу, а саме підприємницької культури, культури маркетингу, якості маркетингу.

Починаючи з 1991 р., йде четвертий етап еволюції маркетингу. Йому властиві такі поняття як над-, мульти- і турбомаркетинг, а також: маркетинг взаємовідносин, інтегрований маркетинг, багатоплановий маркетинг, взаємопов'язаний маркетинг, маркетинг на основі баз даних, маркетинг «один на один». Сюди ж можна віднести і такий термін, як «маркетингова система управління підприємством», а також «стратегія глобального маркетингу».

Наведені визначення відображають економічну сутність маркетингу, яка полягає в досягненні більш високих результатів діяльності підприємства за рахунок більш повної реалізації його функцій, що відбивають у сукупності його різних маркетингових стратегій. Однак, сучасне визначення про сутність маркетингу не тільки в тому, що він є одним з найважливіших напрямків вдосконалення управління виробництвом і збутом продукції. Одночасно він є складним соціально-економічний процес, важливою складовою якого стає забезпечення найбільш повного задоволення потреб і попиту споживачів, що веде до досягнення загального добробуту нації, покращення якості життя населення.

П. Друкер визначав маркетинг як бізнес, що розглядається з точки зору його кінцевого результату, тобто задоволеності споживача.

Використовуючи сучасні напрямки економічної теорії і практики функціонування господарюючих суб'єктів, нами зроблена спроба розгляду маркетингу, як діяльності, спрямованої на задово-

лення потреб кожного споживача і підвищення загального добробуту нації за допомогою пропозиції конкурентоспроможної продукції при створенні і підтримці господарських взаємозв'язків і раціональне використання всіх ресурсів підприємства.

Аналіз літературних джерел показав, що вчені дають різні трактування терміна «маркетинг», це пояснюється не тільки різними областями їх досліджень, специфікою і масштабами проблем, що вирішуються в процесі виробництва, збуту, реклами, технічного обслуговування тощо, але і якісними змінами в підходах до управління підприємствами, вимоги до яких висуває не тільки постійно змінне зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства, а й орієнтація всієї системи управління на кінцеві результати. Кожне поняття відображає ту чи іншу його сторону, або робить спробу комплексної характеристики. Визначення маркетингу можуть бути об'єднані в дві основні групи: класичні (обмежені) і сучасні (узагальнені).

В епоху масового виробництва суть маркетингу полягала у випуску товарів за найнижчими цінами. Це впливало з уявлень про те, що ринок настільки неосяжний, що все, що буде вироблено знайде свого покупця, тому в конкурентній боротьбі «перемагали» низькі ціни. Однак у міру насичення попиту на основні споживчі товари сенс класичних визначень зводиться до розуміння маркетингу як підприємницької діяльності, яка управляє просуванням товарів і послуг від виробника до споживача чи користувача [280, с. 85].

З позицій сучасних уявлень про діяльність господарюючих суб'єктів в умовах ринку дані визначення не повною мірою відображають його сутність, оскільки обмежуються тільки збутом продукції. Більш широкий діапазон маркетингу був офіційно визнаний Американською асоціацією маркетингу (АМА) в 1985 р., Коли традиційне визначення маркетингу, схвалене нею в 1960 р. було наступним: «Маркетинг – це процес планування і здійснення задуму, ціноутворення, просування і реалізацію ідей, товарів і послуг за допомогою обміну, який задовольняє цілі окремих осіб і організацій» [248, с. 1]. На нашу думку, це пов'язано з ростом культури споживання внаслідок того, що відбуваються нововведення у виробництві.

Деякі вчені трактують маркетинг як систему організаційно-технічних і комерційних функцій промислового і торгового капіталу по реалізації товарів (вивчення ринку, реклама, формування політики цін, операції зі збуту, зберігання, переробки і транспортування товарів) і обслуговування покупців, інші трактують маркетинг як ринкову концепцію управління сучасним виробництвом.

Головні функції маркетингу: аналітична, продуктова, виробнича, збутова, а також функція управління і контролю.

Управління маркетингом, що здійснюється відповідно до даних функціями, це і процес, і концепція [117]. Процес розглядається як функція управління поряд з управлінням персоналом, виробництвом, фінансами тощо. Відсутність однозначних підходів вчених до розгляду функцій маркетингу дозволило автору проаналізувати існуючі точки зору і виділити наступні: аналітична, виробнича, продуктова, збутова, управління і контролю, соціальна, інтегруюча, управління взаємодією.

На нашу думку доцільним є встановлення самостійної – адаптивної – функції маркетингу. Саме адаптація характеризує здатність будь-якої системи (маркетинг ми розглядаємо саме як систему) нормально функціонувати при зміні параметрів зовнішнього середовища і вміння пристосовуватися до цих змін.

На відміну від «раннього» маркетингу сучасний його зміст доповнюється досить широким спектром діяльності з діагностики ринку і прогнозом функціонування маркетингової підсистеми на основі цього наведена схема управління маркетингом (рис. 3.12).

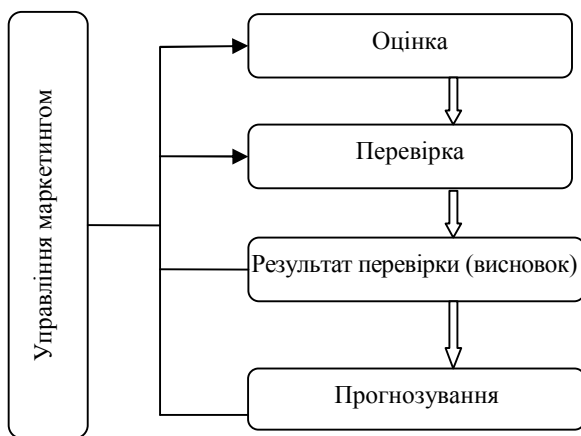


Рис. 3.12. Схема управління маркетингом*

* побудовано автором

«В результаті маркетингової діяльності керівництво отримує необхідну інформацію про те, які вироби і чому потрібні споживачеві, про ціни та попит диференційовано по групах споживачів

та регіональних ринків. Маркетинг дозволяє прийняти рішення про вигідне вкладення капіталу, правильне розширення діючого та створення нового виробництва; про систему організації збуту продукції, про стратегію реклами тощо».

Організаційна структура служби маркетингу промислового підприємства представлена нами на рис. 3.13. Саме маркетинг є головною концепцією управління підприємством в умовах ринку, мета якого полягає в забезпеченні рентабельності фінансово-господарської діяльності, досягнення конкурентних переваг, підвищенні ефективності роботи всього підприємства за рахунок найбільш повного задоволення потреб споживачів.



Рис. 3.13. Організаційна структура служби маркетингу промислового підприємства*

* побудовано автором

Визначальною рисою діяльності маркетингової служби промислового підприємства є те, що вона працює на товарних ринках і в той же час встановлює вимоги щодо випуску продукції, яка відповідає вимогам ринку.

Ефективність маркетингу промислового підприємства визначається різноманітними факторами, які зазвичай поділяються на контрольовані товаровиробниками і неконтрольовані ними. До першої групи відносять фактори, якими управляє служба маркетингу – це вибір каналів розподілу продукції, організація і структура служби маркетингу та управління ним. Вибір ринку збуту продукції визначається її видом, якістю, потребою в тому чи іншому регіоні, іншими конкретними умовами, що виражають в концентрованому вигляді, можливість отримання найбільшої вигоди.

До другої, неконтрольованої групи, відносять чинники, які не можуть бути керовані товаровиробниками і службою маркетингу – це споживачі продукції, конкуренти, засоби масової інформації тощо. На успіх чи невдачу маркетингової діяльності впливає також держава, яка видає закони, що регулюють, шляхом стимулювання або навпаки стримують виробництво, отже, і збут певних видів продукції.

Зміст поняття «якість маркетингу» ще не усталене в науковому середовищі, але, з нашої точки зору, найбільш адекватне пояснення цьому явищу дав професор Кільського університету Клаус Брокхофф. Якість маркетингу, на його думку, відображає сума філософського, поведінкового, інформаційного аспектів, аспектів принципу дії, диференціації, організаційного та соціального.

Останній термін стає зрозумілим при розгляді трьох питань: глобальне мислення менеджера, культурний аналіз глобального ринку, стандартизація маркетингу і його локалізація. При їх розгляді за основу взяті роботи американських фахівців в області менеджменту. Глобальне мислення менеджера включає в себе здатність розуміти ринки, що лежать за межами рідної країни з таких елементів: джерела попиту; джерела пропозиції; методи ефективного маркетингу.

М. Портер виділив фактори, що впливають на глобалізацію в сфері бізнесу: зростаючу схожість між країнами по лінії інфраструктури, каналів розподілу, ринку цінних паперів [170]. Інтегруючу роль відіграють також сучасні технології. У цих умовах важлива стратегія глобальної спеціалізації (здатність ефективного розподілу ресурсів компанії дозволяє знаходити більш дешеву робочу силу в одній країні, попит в іншій, розробників технологій в третій).

Культурний аналіз глобального ринку – це систематичне порівняння подібностей і відмінностей матеріальних і поведінкових аспектів культур. В останньому випадку мова йде про соціальну організацію, виховання, систему вірувань тощо.

За своєю природою всі міжнародні маркетингові дослідження діляться на: описові та аналітичні. У перших, порівнюються окремі суспільства, а по – друге робиться спроба вивести загальні принципи поведінки, властиві тій чи іншій культурі.

Е. Елліндер вважає, що стандартизація маркетингу можлива, особливо якщо мова йде про рекламу [1]. 63 % всіх програм маркетингу можна класифікувати як високо стандартизовані. «Люди в усьому світі в основному схожі» [13]. І тому маркетингові стратегії повинні будуватися на універсальних рисах.

Ринкові, сегменти складаються з людей, найчастіше, що володіють схожими моделями поведінки незалежно від місця їх проживання. Саме це і визначає суть стандартизації глобального маркетингу. Крім стандартизації слід розрізнити локалізацію маркетингу «Локалізація маркетингових стратегій має аргументи на користь різних продуктів і реклами для кожної країни. Багато комерційних організацій, думаючи глобально, діють локально» [6].

Стратегічне завдання будь-якої держави полягає у формуванні такої моделі національної економіки, яка б володіла довгостроковим потенціалом більш динамічного зростання, була б здатна забезпечувати послідовне підвищення добробуту населення, ефективного відтворення і модернізацію виробничого апарату, зміцнення конкурентоспроможності та безпеки країни. Політика реформування підприємств, одним з головних напрямів якої є вдосконалення системи управління, послужила стимулом для створення служб маркетингу на підприємствах. Більш точно сутність і призначення маркетингу розкривають його принципи, знання яких дозволяє створити цілісне бачення системи маркетингу і відповідно маркетингової діяльності і більш наочно представити їх роль і значення при організації та здійсненні бізнесу.

Аналіз різних точок зору вчених на класифікацію принципів маркетингу дозволяє дати більш узагальнену їх класифікацію [114, 148, 241, 274, 283] (табл. 3.13).

Наведена узагальнена класифікація існуючих принципів дозволяє зробити висновок про те, що відсутні принципи установки маркетингу на виробництво і збут екологічно чистої продукції, їх орієнтації на збереження навколишнього середовища.

Таблиця 3.13

Класифікація принципів маркетингу*

Основні принципи маркетингу, їх характеристика
1. Всебічно вивчати стан ринку і динаміку споживчого попиту на певний товар (послугу), використовувати отриману інформацію в процесі модернізації виробництва для розробки і прийняття науково-технічних, виробничих та господарських рішень
2. Організувати виробництво товарів після дослідження потреб попиту;
3. Виробляти тільки те, що потрібно споживачеві з урахуванням соціальної структури суспільства, національних традицій
4. Виходити на ринок з пропозицією товарів і послуг, які враховують тенденції зростаючих прогресивних потреб для прискорення їх формування
5. Розвивати і заохочувати на підприємстві творчий підхід до вирішення виниклих в результаті проведення маркетингових досліджень технічних і господарських проблем і в першу чергу щодо вдосконалення і підвищення якості продукції та послуг
6. Організувати доставку товарів в зручний час і місце, що найбільше влаштувало б кінцевого споживача
7. Завойовувати ринок товарами найвищої якості та надійності, вироблених з найменшими витратами трудових і матеріальних ресурсів
8. Використовувати програмно-цільовий метод і комплексний підхід для досягнення поставлених цілей, що передбачає формування маркетингових програм на основі застосування комплексу маркетингових засобів, їх поєднання, а не окремі маркетингові дії, так як тільки взяті у взаємозв'язку і взаємозумовленості кошти маркетингу можуть забезпечити синергетичний ефект
9. Застосовувати тактику і стратегію активного пристосування виробництва товарів до вимог ринку з одночасним цілеспрямованим впливом на нього для охоплення маркетингом всіх ланок в ланцюзі просування товару до споживача (від випуску, упаковки, зберігання і транспортування)
10. Орієнтувати діяльність підприємства в цілому і маркетингової служби зокрема не на миттєвий результат, а на довгострокову перспективу ефективних комунікацій на основі здійснення стратегічного планування і прогнозування поведінки товаровиробників на ринку
11. Враховувати соціальний і економічний чинники виробництва і розподілу товарів на всіх стадіях їх життєвого циклу і просування по території країни і її регіонів. Дотримуватися взаємодії та міжгалузевої координації планів з метою збалансування попиту і пропозиції
12. Прагнути до активності, наступальності, в певних ситуаціях до агресивності в процесі пошуку і формування конкурентних переваг і іміджу фірми або товарів на ринку

*сформовано автором

З точки зору маркетингової філософії рівень якості товару визначається здатністю цього товару задовольняти певні потребні кінцевого користувача [117, с. 56].

Маркетингові цілі мають певну ієрархію і структуру, яка може включати економічні та психографічні цілі. Економічні цілі тісно пов'язані з генеральними цілями підприємства (прибуток, рентабельність, надійність тощо), а психографічні орієнтовані на досягнення результату шляхом впливу маркетингових заходів на менталітет і купівельну поведінку споживача, тобто мотивацію, формування уявлень і оцінку іміджу покупця при готовності зробити покупку, що дозволяє визначити ймовірність придбання товару.

З нашої точки зору, основну увагу слід приділяти розробці комплексу цілей нижнього по ієрархії, рівня, до яких відносять цілі, пов'язані з політикою ціноутворення, товарною, розподільною і комунікативною політикою, тобто забезпеченням умов для досягнення цілей маркетингу-міксу.

При обґрунтуванні цілей і встановлення їх пріоритетності слід мати на увазі можливість виникнення конфліктів між цілями. Тому може знадобитися пошук оптимальної структури цілей. Тут буде доцільним побудова дерева цілей за принципом пріоритетності окремих з них. Загальною метою маркетингової діяльності є забезпечення цілей розвитку підприємства шляхом проведення ефективної маркетингової політики, яка реалізується на основі виконання ряду послідовних і взаємодоповнюючих функцій.

Аналіз цілей маркетингу і виділення його функцій дозволяє сформулювати основні завдання по їх досягненню. Мефферт пропонує виділяти три взаємопов'язаних комплексу завдань маркетингу [274, с. 58], які, на нашу думку, найбільш точно характеризують сучасні тенденції розвитку підприємств і суспільства – завдання,

– які стосуються діяльності на ринку, тобто пов'язані з регулюванням попиту;

– що належать до сфери підприємства або фірми. Як правило, ці завдання маркетингу пов'язані з координацією та інтеграцією інтересів політики підприємства, орієнтованих на досягнення цілей підприємства, визначених концепцією маркетингу. До них відносять узгодження стратегій дослідження і розвитку, виробництва і зберігання товарів, а також заходи з продажу та фінансуванню. До завдань цього рівня відносяться і організаційні завдання, пов'язані з інтеграцією маркетингу при формулюванні головних напрямів по-

літики підприємства, тобто завдання, що ставляться до інституціоналізації маркетингу в організаційну структуру підприємства.

– які стосуються навколишнього середовища і громадськості. Цей комплекс завдань пов'язаний із забезпеченням соціальної відповідальності маркетингу перед суспільством і навколишнім середовищем.

Поряд з перерахованими не можна залишати поза увагою і такі завдання маркетингу, як аналіз ризиків і інвестицій, ведення торговельних операцій через електронні засоби зв'язку, прогнозування нових винаходів у сфері новітніх технологій, створення маркетингової інформації та вибір необхідних інструментів маркетингу-міксу для досягнення поставлених цілей.

У міру інтеграції концепції маркетингу в сферу виробництва, в систему управління підприємством відбувається трансформація цілей і відповідно завдань, вирішення яких і буде сприяти досягненню поставлених цілей. Головні завдання маркетингу полягають в тому, щоб виявити, кількісно і якісно оцінити і реалізувати існуючі і потенційні можливості підприємства і ринку з метою збалансування попиту і пропозиції. Взаємодія попиту і пропозиції – це безперервний процес задоволення і відтворення потреб і бажань окремих індивідуумів або їх груп. Цей процес базується на тісній взаємодії таких соціально-економічних категорій, як потреба, попит, купівля і споживання (використання) конкретного товару або послуги. Маркетинг застосовується незалежно від того, в якій мірі розвинені ринкові відносини, так як виступає у вигляді реальної системи, яка пов'язує внутрішню і зовнішню діяльність підприємства, а також координує взаємодію всіх суб'єктів, що входять в дану систему.

На думку Г.Л. Багієва [11, с. 29] маркетингова система може бути визначена, як сукупність соціально-економічних утворень (елементів, суб'єктів) ринкового простору (середовища), кожне з яких має самостійність і цілісність, знаходиться в безперервній взаємодії з приводу формування і розвитку попиту на товари і послуги з метою отримання прибутку і задоволення партнера.

Маркетингова система включає в себе різні елементи, до яких відносяться: постачальники, конкуренти, посередники, споживачі, інвестори тощо. Її формування і функціонування протікає в певному зовнішньому середовищі, в якому здійснюється маркетингова діяльність і до якого відносяться макросередовище, інфраструктура регіону і мікросередовище. Фактори макросередовища та

інфраструктури регіону надають непрямий вплив на діяльність підприємства. Як правило, інфраструктура регіону, де розташоване підприємство, впливає на стійкість його роботи, перш за все через соціально-психологічні фактори, тобто через ступінь задоволення фізіологічних, соціальних і духовних потреб населення, через морально-психологічний клімат в колективі, здоров'я населення. Дуже важко кількісно виміряти ступінь взаємного впливу факторів інфраструктури регіону, де розташоване підприємство, так як цей вплив носить складний характер. Чим вище рівень розвитку, стабільність і ефективність роботи галузей інфраструктури регіону, тим вище буде морально-психологічний клімат в колективі (немає затримок на транспорті, в магазинах), вище кваліфікаційний рівень працівників (висока якість освіти), краще здоров'я працівника тощо. Чим краще ці показники, тим вище віддача підприємства, тим більше надходжень до місцевого бюджету і як наслідок великі можливості розвитку регіону. Від якості роботи у всіх галузях інфраструктури регіону багато в чому залежить стійкість і ефективність роботи кожного підприємства. Тому регіон як глобальна система має всіляко допомагати своїм компонентам-фірмам. Ефективність глобальної системи буде збільшуватися при вдосконаленні зв'язків у системі.

Процес узгодження можливостей компанії і запитів споживачів відбувається в певному зовнішньому середовищі, в якому діють контрольовані компанією фактори.

Всі фактори зовнішнього середовища дуже динамічні, тому кожна компанія повинна безперервно відстежувати їх зміни, тим самим, змінюючи тактику діяльності. Чим підприємство сильніше залежить від зовнішніх і проміжних (кон'юнктури ринку) факторів, тим більшого значення набувають функції стратегічного управління. Їх завдання полягає в тому, щоб усунути суперечність між запланованим розвитком і фактичним становищем за допомогою застосування комплексу маркетингу, тобто іншими словами, впливаючи на контрольовані чинники через комплекс маркетингу, підприємство домагається відповідності між своїми виробничими можливостями та існуючим попитом на ринку.

Зовнішнє середовище може розглядатися з різних точок зору. Наприклад, як проста сукупність інших економічних організацій: партнерів, конкурентів, контрагентів і як поле дії державних законів і норм. Ці та багато інших підходи до аналізу зовнішнього середовища об'єднуються інституційної теорією. Лауреат Нобелівської премії Д. Норт визначає інститути як «правила гри» в сус-

пільстві, або як створені людиною обмежувальні рамки, які організують відносини між людьми» [148, с. 17].

Можливості активного впливу організації на зовнішнє середовище значно слабкіше, ніж вплив середовища на організацію.

Прихильники теорії соціального капіталу при розгляді питань про те, з яких елементів складається зовнішнє середовище, майже однакові у поглядах з інституціоналістами, за винятком того, що важливими елементами вони також вважають зв'язки між організаціями і все, що супроводжує стійкості зв'язків, наприклад, репутація фірми і довіру між партнерами, тобто ті елементи, які залишаються поза увагою інституціоналістів. Провідні представники теорії соціального капіталу І. Серагельдін і К. Грутерт визначають цей капітал як сукупність норм, зв'язків і організацій, які полегшують людям прийняття рішень і сприяють економічному зростанню [283, с. 27]. Це свідчить про те, що якщо інституційна теорія розглядає інститути головним чином як обмеження, то теорія соціального капіталу потенційно сприятливими елементами зовнішнього середовища економічного суб'єкта. Вони дозволяють суб'єкту легко входити в контакт з діловими партнерами і встановлювати з ними довгострокові відносини, тим самим, зменшуючи невизначеність економічного середовища і знижуючи трансакційні витрати, об'єднуючи зусилля для вирішення складних завдань.

Розгляд маркетингу як системи у взаємодії її елементів забезпечує, на нашу думку, найбільшу ефективність маркетингової діяльності на підприємствах тільки в тому випадку, коли вся сукупність елементів об'єднана постійної зв'язком, є загальна мета і всі елементи сприяють досягненню кінцевої мети підприємства. Організація ж системи управління господарюючим суб'єктом передбачає приведення в стан необхідної впорядкованості та єдності взаємодії всіх її елементів, що буде забезпечувати ефективний режим функціонування всього процесу управління. Ця обставина обґрунтовує необхідність дослідження ролі маркетингової діяльності та її місця в системі управління підприємством.

3.6. Організаційно-адміністративні аспекти функціонування міжнародних транспортних систем

Міжнародна транспортна система – це розгалужена багатовекторна модель взаємодії між країнами у сфері перевезень вантажів і пасажирів. Ефективна міжнародна транспортна система дозво-

ляє оптимізаційно і повноцінно реалізовувати функції міжнародної торгівлі, логістики, глобальних соціально-економічних відносин.

Міжнародні транспортні системи (МТС) – це системи перевезень, які здійснюються між країнами. Міжнародні транспортні системи – це комплекс технічних засобів, персоналу, систем управління транспортом на шляхах сполучення двох і більше країн, сукупність вантажів і транспортних засобів, що переміщуються ними для задоволення потреби економіки і населення в єдиному технологічному та комерційно-правовому полі.

В межах міжнародних транспортних систем виділяють об'єкти міжнародної транспортної інфраструктури, до яких належать автомобільні дороги, залізниці, порти та водні шляхи, аеропорти та системи управління повітряним рухом та послуги, які реалізуються шляхом використання цієї інфраструктури.

За видами транспорту МТС бувають одного виду і змішані. До одного виду належать: 1) повітряний транспорт; 2) залізничний транспорт, 3) морський (в т.ч. річка – море), 4) автомобільний.

1. Перевезення вантажів повітряним транспортом визначається обсягом вантажних, експрес та дипломатичних вантажів, що перевозяться на кожному етапі польоту (експлуатація літака від зльоту до наступної посадки), вимірюється у тонно-кілометрах (далі – т-км). Глобалізація ринку, посилення взаємодії авіакомпаній країн і регіонів, консолідація ринку в руках інтернаціональної групи авіакомпаній ведуть до збільшення обсягів вантажоперевезень у порівнянні з іншими видами транспорту.

Статистичні дані про авіаперевезення відображають загальний (міжнародний та внутрішній) регулярний рух, що здійснюється авіаперевізниками, зареєстрованими в тій чи іншій країні. Країни подають дані про обсяги авіаперевезень до Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО), яка виконує функції регулятора ринку. Дані охоплюють обсяги вантажних авіаперевезень в тонно-кілометрах (див. рис. 3.14). Так, у 2019 р. повітряним транспортом було перевезено 223 млрд вантажних т-км. Вантажні перевезення авіатранспортом складають 35 % вартості товарів перевезених всіма видами транс-порту. Традиційно за статистикою лідерські позиції з перевезення вантажів авіатранспортом посідають США, тоді як Китай – на 2-му місці. Третє місце за обсягами посідають ОАЕ [269].

За даними міжнародної асоціації повітряного транспорту (англ. International Air Transport Association – IATA) за 2019–2020 рр.

обсяги авіап перевезень вантажів знизилися на 3,3 %, що є найнижчим показником за весь період, починаючи з 2009 р.

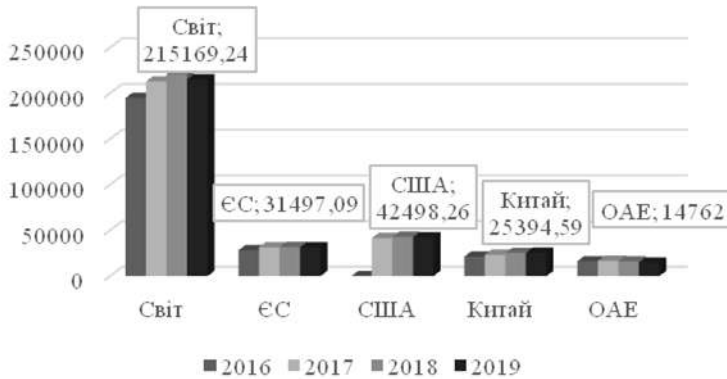


Рис. 3.14. Перевезення вантажів авіатранспортом, т-км*
* побудовано автором

Усі регіони світу, окрім Африки, продемонстрували скорочення обсягів авіап перевезень вантажів в 2019 та 2020 рр., у т.ч. Азіатсько-Тихоокеанський регіон продемонстрував зниження на 3,5 %, Близький Схід та Північна Америка – на 3,4 %, Європа – на 1,1 %, Латинська Америка – на 5,3 %. В Африці показник зріс на 10,3 %.

Причинами зниження є незначне зростання обсягів міжнародної торгівлі – лише 0,9 % та наслідки карантинних заходів у 2020 р. ІАТА прогнозує, що обсяг авіап перевезень активно зросте у 2021 р. проте його рівень залишиться нижче показника 2019 р. Асоціація очікує збільшення обсягу вантажних перевезень, вираженого в тонно-кілометрах на 25 % в 2021 р. порівняно з 2020 р. або на 3 % порівняно з 2019 р. [269].

2. Міжнародні вантажні перевезення залізничним транспортом є найбільш економічно вигідним інструментом використання транспортної інфраструктури. Перевагами використання залізничного транспорту для вантажних перевезень є: можливість безпечно перевозити найрізноманітніші типи вантажів без пошкоджень; транспортування великого обсягу товару в одній одиниці складу; доставка вантажу на велику відстань незалежно від погодних умов; оптимальна вартість доставки; розвинена інфраструктура країн в межах транспортних коридорів дозволяє здійснювати доставку в будь-який регіон; наявність різних видів вагонів для

транспортування товару, який вимагає спеціального обладнання (рефрижератори, хопери, цистерни, вагони, платформи); на відміну від інших видів транспорту, залізничний транспорт здійснює перевезення цілодобово без форс-мажорів і збоїв [281].

Порівняно з автомобільним транспортом, залізничний транспорт у цілому є більш економічно вигідним по використанню паливу, ніж автомобільний. Після водного транспорту залізничний транспорт є найбільш енергетично ефективним засобом перевезення великих обсягів вантажів. У середньому, внутрішній водний транспорт (баржі і буксири), споживає приблизно на 35 % менше палива, ніж залізничний, але в порівнянні з водним транспортом, залізничні колії мають меншу протяжність між пунктами відправлення та призначення і, таким чином, часто мають аналогічну енергоефективність.

Глобальна залізнична мережа охоплює понад 1,3 млн маршрутних кілометрів. Найдовша залізнична мережа у світі належить США, на другому місті – Росія, далі – Китай, Індія, Канада, Німеччина та Франція. Японія була визнана лідером у рейтингу країн з найякіснішою інфраструктурою залізниць у 2019 р. Так, за даними Міжнародного союзу залізниць (англ. International Union of Railways) [29], за показником обсягів перевезення вантажів залізничним транспортом у лідерах залишається три країни: Російська Федерація, Китай та США (рис. 3.15).



Рис. 3.15. Обсяги перевезення вантажів залізничним транспортом, т-км*
*побудовано автором за [278]

За прогнозами Європейської економічної комісії ООН на період 2020–2025 рр., середньорічний обсяг ринку залізничних технологій у Північній Америці досягне близько 32 млрд євро до 2023 р. Західна Європа стане регіоном з найбільшим обсягом ринку. На колективний регіон Азії, Океанії та Близького Сходу припадає найбільший пасажиропотік у світі, щорічно проїжджаючи близько трьох трильйонів пасажирських кілометрів.

3. Світове економічне зростання є основною рушійною силою попиту на світові морські перевезення. Морський транспорт залишається основою глобалізованої торгівлі та виробничого ланцюга поставок, оскільки більше 4/5 обсягу світової торгівлі товарами здійснюється морським шляхом. У 2017 р. у світовій економіці і світовому суднопластві почався циклічний підйом після низьких темпів зростання в 2016 р. і протягом 10 років кризового періоду після глобальної фінансово-економічної кризи 2008–2009 рр. [242]. Відображаючи пожвавлення світових інвестицій, виробничої діяльності та торгівлі товарами, спостерігається зростання основних економічних показників у секторі морських перевезень. На тлі зростання позитивних та негативних факторів з 2019 р., спостерігається подальше уповільнення динаміки міжнародних морських перевезень. Зростання світового обсягу виробництва і торгівлі товарами балансується хронічною напруженістю в торгових відносинах США–Китай і значною невизначеністю в політиці. У 2019 р. обсяг перевезень збільшився на 0,5 % проти 2,8 % в 2018 р., склавши 11,08 млрд т. Проте, за прогнозами Світової організації торгівлі на 2020–2023 рр. падіння обсягів міжнародної торгівлі відбудеться в межах від 13 до 32 % [160, 242]. Темпи зростання вантажообігу контейнерних портів світу сповільнилися до 2 % порівняно з 5,1 % в 2019 р.

Фактори напруженості в торгівлі зумовили зміну сформованої карти перевезень, оскільки в результаті пошуку альтернативних ринків і постачальників відбулася переорієнтація вантажопотоків з Китаю на інші ринки, особливо у країни Південно-Східної Азії. Сполучені Штати Америки збільшили свій товарний експорт в інші країни світу, що допомогло частково компенсувати скорочення їхнього експорту в Китай. Введення нових додаткових митних тарифів призвело, як оцінюється СОТ, до скорочення обсягу морських перевезень в 2019 році на 0,5 %, при цьому їх загальний вплив пом'якшується розширенням можливостей на альтернативних ринках [160].

На початку 2020 р. світовий вантажний флот налічував 98140 торговельних суден валовою місткістю 100 брутто-реєстр. т і більше, що еквівалентно провізній здатності 2,06 млрд т дедвейту.

У 2019 р. світовий торговельний флот збільшився на 4,1 %, що є найвищим показником зростання за період з 2014 р., проте нижче рівня 2004–2012 рр. [268]. Найшвидше зростання відбулося в секторі газозовів, а далі у таких секторах як: нафтові танкери, балкери і контейнеровози. Місткість найбільшого контейнеровоза збільшилася на 10,9 %.

На сьогодні, найбільші контейнеровози не поступаються в розмірах найбільшим нафтовим танкерам і перевершують найбільші суховантажні і круїзні судна. З урахуванням досвіду експлуатації суден інших типів і обмежень, що стосуються підхідних каналів, портової інфраструктури і суднобудівних підприємств, можна вважати, що контейнеровози, ймовірно, досягли максимальних розмірів.

4. Ринок міжнародних автомобільних перевезень характеризується високим рівнем конкуренції та високим рівнем вимог до якості та безпеки транспортних послуг.

Міжнародні автомобільні вантажні перевезення визначаються як автомобільні перевезення між двома місцями (місцем завантаження та місцем розвантаження) у двох різних країнах, незалежно від країни, в якій зареєстровано транспортний засіб.

Міжнародний ринок автомобільних перевезень у Європі представлений п'ятьма найбільшими країнами. До них належить ринок Німеччини, Франції, Великобританії, Італії, Іспанії, що складає 60,1 % європейського ринку автомобільних перевезень.

Європейський ринок автомобільних вантажних перевезень у 2019 р. зріс на 1–2 % і перебував на рівні базового зростання економіки. За даними IRU (англ. International Road Transport Union) у 2020 р. зниження показників діяльності ринку міжнародних автомобільних перевезень склало 20 %, що за попередніми підрахунками нанесло збитків операторам ринку до 2 трл дол. США.

Транспортна інфраструктура – це лише інструмент реалізації функцій МТС. Для повноцінного функціонування цієї системи створюється комплексний регулятивний механізм у формі єдиного комерційно-правового простору.

Організація єдиного комерційно-правового простору вимагає взаємодії країн через міжнародні організації з метою створення міжнародних правових і комерційних основ формування єдиного транспортного простору і гармонізації національного законодав-

ства в сфері комерційно-правових відносин на транспорті і дво- та багатосторонніх угод між країнами.

В основному така діяльність направлена на створення міжнародних комерційних основ для ефективного функціонування транскордонної інфраструктури; взаємодії суб'єктів міжнародного транспортного ринку; організації транскордонних перевезень.

У більшості випадків (за винятком двосторонніх і багатосторонніх угод) діяльність з узгодження суб'єктів та об'єктів МТС відбувається під егідою ООН та її галузевих підрозділів. Зокрема, профільним підрозділом з врегулювання МТС є Європейська економічна комісія ООН (ЄЕК ООН, англ. The United Nations Economic Commission for Europe – UNECE), а також Європейська конференція міністрів транспорту (ЄКМТ) [247].

ЄЕК ООН є однією з регіональних організацій Економічної та соціальної ради ООН (ЕКОСОК ООН, англ. The Economic and Social Council – ECOSOC) і налічує 56 держав-учасниць, в т.ч. США та Канада. Основна діяльність комісії полягає у розробці конвенцій, норм та стандартів з метою гармонізації дій між державами-учасницями в різних сферах, в т.ч. сфери транспорту, міжнародної торгівлі та економічного співробітництва [269].

В структуру ЄЕК ООН входить 7 комітетів, зокрема Комітет по внутрішньому транспорту (КВТ ЄЕК ООН, англ. The Inland Transport Committee). Комітет у своєму складі має робочі групи: з автомобільного транспорту (SC.1); по залізничному транспорту (SC.2); з внутрішнього водного транспорту (SC.3); з безпеки дорожнього руху (WP.1); по тенденціям та економіці транспорту (WP.5); за статистикою транспорту (WP.6); з перевезень небезпечних вантажів (WP.15); з перевезень харчових продуктів, що швидко псуються (WP.11); з комбінованих перевезень (WP.24); з митних питань, пов'язаним з транспортом (WP.30) і Всесвітній форум для узгодження правил в області транспортних засобів (WP.29) [247].

За активної участі та допомоги міжнародних неурядових організацій КВТ ЄЕК ООН розроблено ряд конвенцій, угод, рекомендацій і норм не лише для спрощення міжнародних перевезень, а й для уніфікації і поліпшення національних норм.

Прикладом міжнародної діяльності зі створення міжнародних комерційно-правових засад для функціонування транскордонної транспортної інфраструктури є документи спільних обговорень ЄЕК ООН та ЄКМТ, які прийнято на 9-й Критській конференції щодо формування Європейських міжнародних транспортних коридорів, а

також документів, які врегульовують основні етапи їх розвитку. Так, станом на початок 2019 р. СЕК ООН в сфері транспорту було визначено ряд основних транспортних коридорів між Європою та Азією.

1. Мережа ТЕС-Т, в межах якої визначено 9 основних транспортних коридори, що затверджено в червні 2015 р. Процес оцінки ТЕС-Т був розпочатий весною 2019 р. паралельно з переглядом директиви Європейського Союзу про інфраструктуру, необхідну для переходу на альтернативні види палива, а також директиви про залізничні вантажні коридори. Цей процес перегляду опирається на оголошений у 2019 р. «Європейський зелений курс», який підтверджує важливу роль мережі ТЕС-Т у створенні ефективних та декарбонізованих транспортних систем, а також на нову Стратегію Європейського Союзу щодо розвитку мобільності.

З метою реалізації проекту проводяться широкі консультації, в т.ч. з більш ніж 600 зацікавлених сторін у транспортній сфері (представники європейських галузевих асоціацій, державного сектору та представників різних громад).

Попередні результати від реалізації проекту дозволяють зробити висновки щодо необхідності:

- удосконалення заходів щодо планування і впровадження, а саме нового поштовху у роботі щодо транскордонного сполучення і укріплення зв'язку з периферійними регіонами;
- підвищення якості інфраструктури, тобто модернізації / оновлення окремих елементів мережі ТЕС-Т;
- підвищення стійкості міжнародних транспортних систем до надзвичайних ситуацій/пандемії з врахуванням важливого значення транспортних систем для виробничо-збутових ланцюгів та внутрішнього ринку ЄС [242].

2. Автомобільно-залізнична мережа Організації економічного співробітництва (ОЕС) в Центральній Азії, яка охоплює 8 дорожно-транспортних коридорів і 6 залізничних. В 2009 р. у співпраці з Ісламським банком розвитку почалася реалізація проекту впровадження Рамкової угоди про транзитні перевезення ОЕС (РУТП).

3. Організація співробітництва залізних доріг (ОСЗД) визначила 13 залізничних транспортних коридорів в Європі та Азії. Підготовлено меморандум про співробітництво у сфері технічного, функціонального і комерційного розвитку кожного з цих залізничних коридорів, який підписано рядом зацікавлених сторін.

4. Транспортна обсерваторія Південно-Східної Європи (ТОПСЄ), діяльність якої спрямована на розвиток всеосяжної ме-

режі, яка є частиною ТЕС-Т і включає в себе 8 дорожньо-транспортних коридорів і сім залізничних [271, 286].

5. Група регіонального економічного співробітництва в Центральній Азії (РЕСЦА) визначила шість основних транспортних коридорів. В рамках Стратегії РЕСЦА по транспорту і спрощенню процедур торгівлі до 2020 р. було визначено пріоритетні проекти і завдання. Зокрема, було вказано 108 проектів фінансування транспортної інфраструктури і 49 проектів з надання технічної допомоги.

6. Організація Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС) внесла в кількість своїх цілей створення ефективної транспортної мережі для держав-членів ОЧЕС і сприяє реалізації проекту кільцевої автомагістралі «Чорноморське кільце», яке передбачає побудову кільцевого шосе з чотирма полосами руху протяжністю біля 7500 км між державами-членами ОЧЕС.

7. В рамках програми, яка стосується транспортного коридору Європа – Кавказ – Азія (Transport Corridor Europe-Caucasus Asia – ТРАСЕКА), було визначено два основних коридори. Створено Міжнародний інвестиційний форум ТРАСЕКА, який являє собою постійно діючий механізм прямої і послідовної взаємодії між програмами ТРАСЕКА та інвесторами.

8. В рамках Нової євразійської ініціативи в сфері наземного транспорту (НСІНТ) Міжнародного союзу автомобільного транспорту (МСАТ) було визначено три основних коридори (маршрути).

9. Центр транспортних досліджень для Західного Середземномор'я (СЕТМО) визначив сім транспортних коридорів, при чому шість з них є частиною мережі ТЕС-Т. Визначено специфіку горизонтальних інструментів спеціально для Магрибського коридору мультимодальних перевезень [268].

ЄЕК ООН в рамках стратегічного розвитку МТС та транспортної інфраструктури з врахуванням викликів реалізовує проект ЄАТЗ. Основні нормативні документи, які регулюють цей напрям: ECE/TRANS/WP.5/2020/1, ECE/TRANS/WP.5/2020/2.

Основними галузями співпраці в цьому напрямі є: інтермодальні перевезення та логістика (WP. 24), автомобільний транспорт (SC.1) і залізничний транспорт (SC.2) і можливості їх введення в дію міжнародних транспортних коридорів.

Проект Євро-Азіатських транспортних зв'язків (ЕАТЗ), який направлений на встановлення взаємовигідного партнерства в рамках МТС та в якості спільного заходу між Європейською еконо-

мічною комісією Організації Об'єднаних Націй (ЄЕК ООН) та Економічної і соціальної комісії Організації Об'єднаних Націй для Азії і Тихого океану (ЕСКАТО) складається з ряду етапів.

Етап I (2002–2007). У тісній співпраці з національними координаційними центрами в євро-азійському регіоні проект ЕАТС визначив основні євро-азійські автомобільні та залізничні маршрути для пріоритетного розвитку і співробітництва.

Етап II (2008–2013). Визначено 9 залізничних і 9 автодорожніх коридорів, що зв'язують два континенти і 311 запропонованих проектів країн-учасниць загальною вартістю 215 млрд дол. США. Також визначені адміністративні перешкоди для транспорту і торгівлі.

Етап III (2013–2017) спрямований на забезпечення, координацію, сприяння фінансуванню інфраструктурних проектів, а також на полегшення і усунення фізичних і адміністративних вузьких місць при перетині кордонів при наземному сполученні між Європою і Азією. Основною метою етапу III проекту було визначення заходів, які зроблять маршрути ЕАТС більш ефективними.

Результати реалізації етапів відображено у таблиці 3.14.

Таблиця 3.14

Результати реалізації проекту ЄАТЗ*

Аналіз	Аналіз нефізичних перешкод для перевезень
ГІС	База даних ГІС
Маршрути	18 з/д і автомобільних маршрутів ЄАТС, 17 внутрішніх водних маршрутів, 52 внутрішніх річкових портів і 70 морських портів
Проекти	311 пріоритетних інфраструктурних проекти загальною вартістю 215 млрд дол США
Стиккування	Підтримка внутрішнього та міжрегіонального стиккування
Дослідження	Порівняльне дослідження морського та внутрішнього транспорту

* розроблено автором

Проте, незважаючи на ряд проблем, спостерігається активізація розвитку проекту ЄАТЗ. Так, у 2018 р. обсяги контейнерних перевезень склав 324700 TEU (twenty-foot equivalent unit – 20-футовий еквівалент), що перевищив цей показник 2017 р. на 30 %.

Транспортне сполучення налагоджено між 59 містами Китаю та 48 містами в 15 кранах Європи. У період 2011–2017 рр. між Європою та Азією було зареєстровано 6300 рейсів маршрутних контейнерних поїздів. Витрати на перевезення 40-футового контейнера зменшилися з 9 тис. дол. США в 2010 році до 4 тис. дол. США на

кінець 2020 р., а час транзиту – з 36 днів в 2006 р. до 16 днів у 2020 р. [281]. У 2020 році у рамках проекту, який фінансується за статтею Рахунок розвитку ООН і цільовим призначенням якого є «укріплення потенціалу через співробітництво у розвитку міжрегіональних наземних та наземно-морських транспортних сполучень» за участю всіх регіональних комісій ООН та на рівні WP.5 було досягнуто домовленості щодо активізації всеосяжного ЄАТЗ.

Євро-азіатські автотранспортні потоки набувають все більшої актуальності у зв'язку з реалізацією таких заходів:

– впровадження системи МДП в Індії, Китаї, Пакистані, що продемонструвало зменшення часу проходження митного контролю на 80 %, що відповідно не лише спрощує і пришвидшує обсяг товарообміну, а й відповідає заходам безпеки у карантинних умовах;

– пришвидшена цифровізація в контексті eTIR дозволить ще більше зміцнити потенціал автотранспортного сектору для перевезень на далекі дистанції [291].

В рамках розбудови та трансформації МТС актуалізується сегмент цієї системи – міжнародні транспортні коридори (МТК), створення яких є одним з небагатьох способів подолання об'єктивних фізичних, політичних та економічних бар'єрів, використання сучасних цифрових технологій і кооперація міжнародних і національних інститутів і бізнес-спільноти. У практичному сенсі суть МТК полягає у створенні прозорого бізнес-середовища.

Відповідно до одного з визначень, транспортний коридор – це набір домовленостей, націлених на зміну швидкості і напрямку руху потоків у певному просторі.

За визначенням ООН, транспортний коридор – це також набір правил, що регулюють аспекти транспортування і транзиту товарів за певним маршрутом, які підкріплені договором, підписаним країнами-учасниками [282]. Інвестиції в транспортну інфраструктуру зменшують довгострокові витрати підприємств, забезпечують синергетичний ефект, стають драйвером розвитку територій.

Міжнародний транспортний коридор – це високотехнологічна транспортна система, яка координує генеральні напрями транспорту загального користування (залізниця, автомобільний, морський, трубопровідний) та телекомунікації. МТК найефективніше функціонує в умовах преференційного режиму, включаючи єдиний митний та економічний простір [138]. Діяльність, що пов'язана з ефективним функціонуванням МТК, яка координує матеріальні, фінансові та інформаційні потоки у поєднанні з високою

якістю експедиційного обслуговування забезпечує пришвидшення темпів обороту капіталів та синхронізацію проходження товарів, платіжних документів тощо.

Особливу важливість МТК відіграють в Євразії. З огляду на континентальність, притаманну багатьом країнам регіону, розвиток МТК стало найважливішим драйвером розвитку, способом ефективного вбудовування в світогосподарські зв'язку і ланцюжки доданої вартості. Активізацію МТК в Євразії дали Євразійський економічний союз (САЕС) і Китай, які підтвердили в 2015 р. прагнення до об'єднання в контексті Євразійської інтеграції та Економічного поясу Шовкового шляху.

Ключова роль в євразійських МТК належить залізницям. Завдяки швидкості та надійності доставок, залізничні перевезення стають конкурентом як для морських перевезень (перевага швидкості), так і для повітряних (перевага вартості), перетягуючи вантажопотоки на континентальні маршрути. Додатковими стимулами до цього стають прихильність довгостроковому розвитку МТК з боку держав Євразії та бізнес-кооперація.

Зростання обсягів транзитних перевезень у напрямку Китай – Європа – Китай протягом останніх років, потребує певних трансформацій. По-перше, стабільність коридорів і позитивних ефектів, що здобуваються національними економіками, залежать від міри сполучення МТК з регіональною (національною) транспортно-логістичною інфраструктурою. По-друге, необхідне взаємодоповнення широтних (Схід – Захід) і меридіональних (Північ – Південь) коридорів. По-третє, збільшення вантажопотоку буде загострювати конкуренцію різних маршрутів, перш за все, на західному і центральному сегментах коридору Схід-Захід.

Стратегічне формування та розбудова транспортної логістики на євразійському просторі у поєднанні з тактичними рішеннями щодо зниження інституційних та транзакційних бар'єрів, використанням потенціалу цифрових технологій сприятимуть подальшому стабільному розвитку вантажоперевезень у напрямку Схід-Захід. МТК у світових транспортних системах досить різняться відносно регіонів (табл. 3.15).

Європейська транспортна система має збалансовано розвинену інфраструктуру, активно розвиває високошвидкісне залізничне сполучення. Незважаючи на менші за обсягом показники вантажообігу, європейська транспортна система є найбільш привабливою для іноземних інвесторів.

Таблиця 3.15

МТК у світових транспортних системах*

Вид транспорту МТК	Європа (19/23)	Азія (13/23)	Північна Америка (1/23)
Морський (2)	1	2	1
Авіаційний (6)	3	6	0
Залізничний та автомобільний (15)	15	5	0

*сформовано автором

Транспортно-логістичні підприємства Європи мають велику частку в логістичній діяльності. Сприятливі умови для цього створюють дев'ятнадцять з двадцяти трьох міжнародних транспортних коридорів, які проходять через європейський регіон.

Азіатська транспортна система характеризується високим вантажообігом на морському, автомобільному і залізничному транспорті, широко розвиненою інфраструктурою автомобільних доріг і залізниць. Високошвидкісне залізничне сполучення в азіатській системі є найрозвиненішим і найшвидшим у світі. Азіатські транспортні компанії в основному спеціалізуються на перевезенні контейнерних вантажів. Тринадцять з двадцяти трьох міжнародних коридорів проходять через азіатську систему, що дозволяє їй зберігатися відкритою для світової співпраці.

Північноамериканська транспортна система відрізняється рекордними показниками вантажообігу залізничним транспортом, збалансованою та розвиненою транспортною інфраструктурою.

Високошвидкісне автомобільне сполучення найкраще в світі розвинене у Північній Америці. Підприємства транспортної галузі, також як і європейські, більше тяжіють до логістичної діяльності.

Північноамериканська транспортна система має ознаки закритої системи – вона не приваблива для іноземних інвесторів, лише один міжнародний транспортний коридор (шлях через Суецький канал) проходить через Північну Америку.

Міжнародні організації, які здійснюють системні дослідження міжнародної торгівлі та логістики протягом останніх років визначають наступні характерні тренди [295]:

– економічне зростання і зростання міжнародної торгівлі більше не мають вагомego впливу на розширення вантажопотоків між Європою та Азією, як це спостерігалось раніше. Відповідно, для ефективної оптимізації внутрішніх маршрутів євро-азіатських

транспортних зв'язків необхідною є модель, яка орієнтується на ринок логістичних послуг;

– сфера автомобільних вантажних перевезень, яка не може виступати конкурентом морському транспорту в частині обсягів вантажних перевезень проте продовжує зростати у частині перевезень цінних та вантажів, що швидко псуються. Зважаючи на прогнози Міжнародного валютного фонду, які передбачають з високою мірою невизначеності, що зростання світової економіки складе 5,5 % в 2021 р. і 4,2 % – в 2022 р. [295], обсяги автомобільних перевезень зростатимуть;

– ринки створюють нові можливості, наприклад для електронної торгівлі, що впливає на зростання вантажопотоків на наземних маршрутах, які повинні відповідати вимогам сучасних ланцюгів поставок.

З появою нових можливостей з'являються і нові проблеми:

1. Системне сповільнення темпів розвитку світової економіки, яке розпочалося наприкінці 2018 р., низившись на 3 % у 2019 р. і на 3,5 % (у середньому) як наслідок викликів пандемії у 2020 р., які пов'язують з результатами підвищення торговельних бар'єрів, зростаючої невизначеності у взаємозв'язку торгівлі та геополітики, створюють макроекономічні проблеми у країнах з трансформаційною економікою [138].

2. Відсутні ланки на рівні автомобільної, залізничної, а також інтермодальної/перевальної інфраструктури на окремих ділянках ЄАТС, застаріла інфраструктура в пунктах перетину кордонів та на інших ключових об'єктах.

3. Ускладнені процедури перетину кордонів, митні та транзитні процедури.

4. Відсутність єдиних залізничних режимів на маршрутах ЄАТС: відсутність єдиного договору перевезення, єдиного режиму відповідальності та єдиної накладної, що знижує надійність та ефективність обслуговування.

5. Проблема неузгодженості стандартів експлуатаційної та технічної суміжності для залізничної інфраструктури і рухомого складу (ширина колії, системи сигналізації та радіозв'язку, стандарти довжини та маси рухомого складу, інтервали між маршрутними поїздами тощо).

6. Наявність технічних, адміністративних, мовних та культурних бар'єрів.

7. Низький рівень сумісності інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і їх слабка експлуатаційні взаємодія на коридорах

ЄАТС, що є наслідком недостатньої уваги до впливу інтелектуальних транспортних систем, цифровізації транспортних документів, комп'ютеризації пунктів перетину кордонів, супутникової системи виявлення, відслідковування та обстеження автономних транспортних засобів з ефективності перевезень за маршрутами ЄАТС [282].

Україна, яка займає одне з ключових місць на маршрутах ЄАТС, будучи на перетині центрального і західного відрізків коридору Схід – Захід, логічно претендує на активну позицію транзитного коридору.

У 2013 р. обсяг транзитних контейнерних перевезень через Україну досягнув найвищої цифри в 32000 ДФЕ. Проте в силу воєнно-політичного конфлікту з Росією обсяги значно зменшилися. Якщо в 2004 р. транзит всіма видами транспорту становив до 50 % всіх вантажів країни, то в 2014 р. ця частка знизилася до 13 % внаслідок переорієнтації транспортних потоків. Загальний збиток для України склав 1,3 млрд дол. США.

Україна зацікавлена в тому, щоб продовжити користуватися перевагами географічного положення і претендує на отримання частки транзиту за маршрутом Схід – Захід. З точки зору наявних переваг, Україна є природною континентальною точкою транзиту вантажів в напрямку деяких країн Центральної і Південної Європи (Словаччина, Угорщина, Австрія, Італія). Якщо для Німеччини і Польщі маршрут через Білорусію за інших рівних умов є найкращим за всі інші, то при виборі маршруту через Україну вантажоодержувачі, наприклад, у Словаччині (пункт Дунайська–Стреда) зменшують шлях на 520 км. У вересні 2020 р. METRANS (Чехія) і DBO / Beijing TransEurasia запустили регулярний рух по маршруту через Україну: Сіань – Дунайська – Стреда (Братислава), звідки вантажі далі розподіляються в Чехію, Австрію і Угорщину. Цей шлях займає 11 днів, однак планується скорочення часу транзиту по мірі його розвитку [291].

Крім стратегічної орієнтованості на країни, для яких маршрут через Україну несе деяку перевагу у скороченні відстані, необхідно враховувати і фактор інтеграції – асоціацію ЄС і України (2014 р.). Україна продовжує рухатися шляхом поглиблення зв'язків з ЄС і участі в інтеграційних механізмах Євросоюзу. Таким чином, прагнення України до повернення статусу транзитної країни і орієнтація на тісну інтеграцію з ЄС поєднуються з бажанням ЄС диверсифікувати вантажопотоки як на рівні об'єднання, так і на рівні конкретних країн, які можуть отримати додаткові вигоди.

Одним з інтеграційних механізмів є прийняття Україною Процедури транзиту ЄС [29], яка значно полегшує митні процедури на кордоні з ЄС. В ході процедури внутрішнього транзиту ЄС може перевозити європейські товари з одного місця митної території ЄС в інше через державу або територію, розташовану за межами ЄС, без зміни митного статусу товарів. При цьому дане рішення, як і гармонізація правил торгівлі та митних процедур, можуть бути прийняті ЄС без зміни інтеграційного статусу країни в рамках інтеграції з ЄС (перспектив вступу України в ЄС).

У 2019 році для реалізації процедури транзиту, Кабінетом Міністрів України було прийнято рішення про запуск в тестовому режимі Нової комп'ютеризованої транзитної системи (NCTS) Європейського Союзу, вже діючої в 35 країнах Європи. Система має на меті створення єдиного електронного документообігу та спрощення митних процедур. На додаток до цього в 2018 р. була прийнята дорожня карта зближення транспортних і торговельних правил України і ЄС, яка визначає довгострокову стратегію партнерів з цього питання.

Крім Європи та України в розвитку маршруту через Україну зацікавлений Китай. У липні 2020 р. посол КНР в Києві привітав перший поїзд Ухань–Київ, який мав кінцевою точкою територію України. Раніше, до загострення відносин Росії та України в 2014 р. і після, в 2016 р, Китай заявляв про зацікавленість в транзиті через Україну, в тому числі в маршруті в обхід Росії через Чорне і Каспійське моря. Китай буде і далі прагнути до диверсифікації шляхів. Однак доцільно підкреслювати переваги євразійського коридору з відгалуженням на Україну в противагу центральному, транскаспійському маршруту.

Важливим є той факт, що Україна, зважаючи на свої географічні розміри і кількість населення, не лише має транзитний потенціал, а й може бути експортно-імпортоорієнтованою до товарів з Китаю. В цьому випадку налагоджений євразійський маршрут видасться більш очевидним вибором для Китаю.

Враховуючи всі перспективні плани Українська залізниця перебуває у кризовому стані. Обсяг транзитних контейнерних перевезень в 2018 р. склав лише 73,7 тис. ДФЕ. Стабільно скорочується обсяг вантажоперевезень – з 512 млн т у 2007 р. до 322,6 млн т – в 2018 р.), при тому що на залізницю припадає близько 55 % вантажних перевезень в країні. При цьому частка залізничного транзиту також впала з 14 % до близько 6 % за той же період. Зношеність вагонного парку складає близько 90 %. Таким чином, перетворення

України в розвинений транзитний хаб потребує значних інвестицій в оновлення парку, лінійної інфраструктури, підвищення операційної ефективності. Проте, незважаючи на такі обставини, стратегічне положення країни буде диктувати пошук альтернатив. У цьому випадку необхідно підтримувати розвиток саме прямих залізничних колій через Україну, проте, що також розглядається в якості альтернативи, шлях через Чорне та Каспійське моря, а також через північну частину України в обхід Білорусії. При цьому деякі поїзди можуть прибувати в Україну, як в кінцеву точку призначення, а не для подальшого транзиту, що також важливо для розвитку транс-континентальних перевезень по євразійському маршруту на проти-вагу транскаспійському.

У січні і лютому 2020 р. польською PKP Group було запущено два перших пробних транзитних потяги у напрямку Сіань – Славкув (Польща), що використовують ширококоліїну дорогу, спочатку побудовану для перевезення сировини з України для сталеливарних заводів в Польщі.

Перевезення зайняло 11 днів, при цьому було подолано відстань в 9 500 км. Дорога використовує ті ж переваги однієї зміни колії, але є коротшою білоруського маршруту і цілком відведена для вантажного сполучення. У перспективі планується розширення географії точок стикування на провінцію Сичуань (Ченду). Цей маршрут лише починає свій розвиток і його пряма конкуренція з більш успішним і сталим маршрутом через Білорусію вимагає значних інвестицій і часу при досить вузько сегментованих вигодах для вантажовідправників і вантажоодержувачів [295].

Альтернативним маршрутом через Україну в рамках МТС є використання можливостей виходу країни до Чорного моря і розвиненого порту Одеси. Головними вигодонабувачами від розвитку даного шляху є українські компанії.

Морський маршрут через Україну є частиною Транскаспійського коридору. Вперше цей маршрут, що проходить від Одеси через Чорне море до Грузії, далі через Азербайджан та Каспійське море в Казахстан, був протестований в 2016 р після україно-російського ембарго. За попередніми дослідженнями, найбільш вигідним варіантом для України є підключення до північного, а не центрального (Транскаспійського) маршруту коридору Схід – Захід. Таке підключення є доповнюючим до діючого маршруту і сприяє реалізації конкурентних переваг України в транзиті в Південну Європу і частину країн Центральної Європи. Існуючий морський шлях пере-

тікає в Транскаспійський коридор і позбавляє Україну ряду переваг, оскільки з Грузії вантажі можуть безпосередньо йти в порти ЄС (Болгарія, Румунія) або країн Південної Європи. Розвиток морського напрямку логічно вимагає і розвитку континентальних шляхів і не може бути єдиним пріоритетом країни, незважаючи на політичну кон'юнктуру.

Таким чином, Україна, володіючи стратегічно вигідним географічним положенням, є повноцінним учасником МТС.

Міжнародна транспортна система, попри дисбаланси у розвитку суб'єктів системи та впровадження уніфікації для оптимізації використання транспортної інфраструктури, сьогодні переживає технологічну революцію в рамках цифрової трансформації, що вимагає впровадження цифровізації в транспортні коридори на глобальному рівні. Основними заходами такого впровадження є: вбудовування на наднаціональному рівні цифрової системи як сукупності інформаційних платформ для вирішення завдань між державної взаємодії в транспортній сфері та інтеграції з міжнародними інформаційними та інформаційно-керуючими системами в сфері транспорту; створення на рівні держав-членів МТС національних систем управління в сфері транспорту і логістики, що забезпечує в тому числі інформаційне забезпечення державних контролюючих органів в сфері транспорту та міжнародної торгівлі, взаємний інформаційний обмін з платформами на наднаціональному рівні; розвиток на бізнес-рівні технологічних інформаційних і інформаційно-керуючих систем учасників перевізного процесу, включаючи ІТ-системи експедиторів, транспортних компаній, операторів об'єктів транспортної інфраструктури, а також клієнтські комерційні додатки і сервіси.

3.7. Аналіз та оцінка розвитку логістичної інфраструктури в Україні

Розвиток логістичної інфраструктури є вирішальним фактором економічного зростання. Логістична інфраструктура, що охоплює автомобільну, залізничну, водну та повітряну мережі країни, є основою, на якій країна йде вперед. Актуальність розвитку логістичної інфраструктури України набуває особливого значення враховуючи перспективи Євроінтеграції та глобалізації світових економічних процесів. На сьогодні мусимо констатувати, що логіс-

тична інфраструктура України є не достатньо розвиненою, посередньо обладнаною та не спроектованою для підтримки бажаних темпів зростання економіки протягом наступних років. Очікуване зростання вантажних перевезень ще більше посилить тиск на українську логістичну інфраструктуру.

Під логістикою зазвичай розуміється широка мережа служб, що підтримують фізичний рух товарів, міжнародну торгівлю та торгівлю в межах країни. Вона включає низку видів діяльності, які окрім транспортування ще включають складські послуги, посередницькі послуги, експрес-доставку, операції з митними терміналами та відповідне управління даними та інформацією.

Конкуруючі міжнародні логістичні мережі, мультисервісні постачальники логістики пропонують все більш різноманітні рішення для торгівлі та виробництва. Роль логістики у світовій економіці сьогодні визнається більш важливою, ніж ще 10 років тому. Якісні логістичні послуги знижують витрати на торгівлю. Ефективність логістики показує наскільки добре ланцюги поставок пов'язують фірми з вітчизняними і міжнародними торговими можливостями.

Глобальна логістика сильно змінилася після світової фінансової кризи 2008–2009 рр., яка закінчила еру швидкозростаючої міжнародної торгівлі та поставила під сумнів традиційних суб'єктів логістичних послуг. Після чого з'явилися нові гравці та нові бізнес-моделі розвитку, наприклад такі як електронна комерція. Технології та нові занепокоєння щодо стійкості ланцюгів поставок зумовлюють зміни у галузі та змінюють логістичний порядок денний. З 2008 року більшість країн, добре усвідомили важливість розвитку логістики для зростання та інтеграції. Широко визнається наскрізний характер логістики як сфери економіки: логістика полягає не лише в об'єднанні інфраструктури, але й включає питання регулювання послуг та сприяння розвитку світової торгівлі.

На сьогодні світовий ринок логістичних послуг демонструє позитивні тенденції розвитку, незважаючи на те, що між різними країнами, що розвиваються, залишаються сильні відмінності в розвитку логістичної інфраструктури. В країнах, що розвиваються, питання розвитку логістики виглядає ще більш помітним, ніж у 2008 р., оскільки проблеми пов'язані зі стійкістю логістичних ланцюгів постають все гостріше, особливо під час світової пандемії Covid-19.

Логістика є пріоритетним напрямом розвитку для багатьох країн. Оскільки полегшення та сприяння в торгівлі, сфері транс-

порту і міжнародних перевезень є основою стимулювання економічного зростання, багато країн почали розробку комплексних національних стратегій розвитку сфери логістики. Все більше країн, особливо тих, економіки яких розвиваються, розглядають логістику як ключовий сектор економіки, що вимагає послідовного формування підходів до управління та покращення логістичних процесів. Також все більше країн займаються розробкою національних стратегій або створюють спеціальні організації, що розвивають та підтримують логістичну сферу. Сюди можемо віднести Канаду, Китай, Індію, Францію, Індонезію, Марокко, Нідерланди та ін. Наприклад Індія, в 2017 р. створила відповідний підрозділ з логістики під керівництвом Спеціального секретаря. Планується, що робота підрозділу з логістики матиме вплив не тільки на внутрішній рух товарів шляхом зниження загальної вартості і збільшення швидкості й простоти руху товарів, але також сприятиме збільшенню конкурентоспроможності індійських товарів на світовому ринку [258].

Світовий товарообіг, що генерується логістичними мережами, перевищує 2,6 трлн євро, тому краще розуміння їх функціонування є важливим питанням. Для окремих країн ефективність логістики є ключовим фактором економічного зростання та конкурентоспроможності на міжнародних ринках. В той час, як неефективна логістика та її інфраструктура підвищує вартість ведення бізнесу та зменшує потенціал як міжнародної, так і внутрішньої економічної інтеграції, що є особливо важким для країн, що розвиваються, та для тих, які намагаються конкурувати на світовому ринку [290]. Не дивно, що ефективний логістичний сектор сьогодні майже всюди визнаний одним із основних факторів розвитку. Впровадження відповідної політики спрямованої на покращення логістичних послуг призводить до кращих показників економічного розвитку. Така політика має охоплювати, регулювання послуг, забезпечення транспортної інфраструктури, здійснення контролю, особливо щодо міжнародних товарів, та підвищення якості партнерства і взаємодії держави та бізнесу. Для розуміння та оцінки важливості логістики на рис. 3.16 представлена світова структура доходів на ринку транспортно-логістичних послуг, дані наведено станом на 2014 р.

На ринку транспортно-логістичних послуг вартістю в майже 2,7 трлн євро домінує реалізаційний етап логістики, а загальний дохід його сегментів становить 2,3 трлн євро.

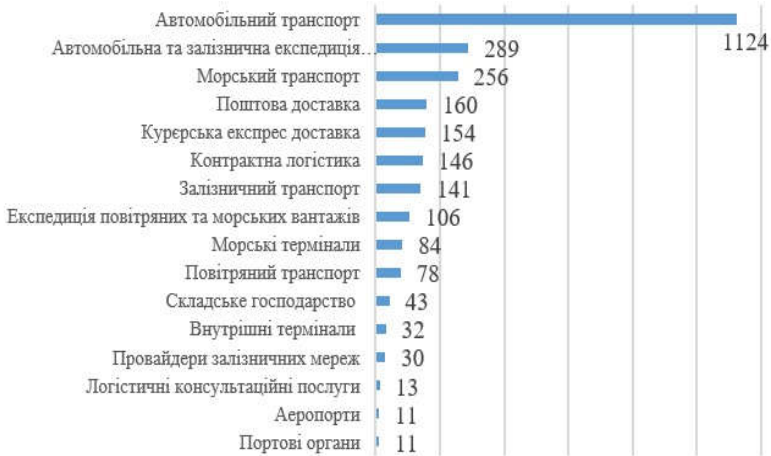


Рис. 3.16. Світова структура ринку транспортно-логістичних послуг за доходами в млрд євро*

* побудовано автором за [290]

Автомобільний транспорт – це найбільший сегмент даного етапу, дохід якого становить 1,124 трлн євро. Морський транспорт – другий за величиною сегмент (256 млрд євро). У цьому сегменті домінують контейнерні перевезення (163 млрд євро) завдяки відносній простоті та ефективності перевезення вантажів за допомогою цього виду транспортування. Судноплавство танкерами складає (52 млрд євро), а суховантажними суднами (41 млрд євро), що в сумі становить значно меншу частку сегменту ринку ніж автомобільні перевезення.

На ринку транспортно-логістичних послуг 11 % витрат пов'язані з використанням логістичної інфраструктури. Витрати на залізничну мережу становлять 22 % від витрат на залізничний транспорт у вартості логістики. Витрати на морські термінали (за винятком внутрішніх терміналів) складають приблизно 30 % витрат на морський транспорт. Витрати, пов'язані з аеропортами, становлять лише 14 % витрат на повітряний транспорт.

На ринку логістичних послуг розміром в 541 млрд євро, експедиція автомобільних та залізничних вантажів є найбільшим із трьох сегментів із доходом 289 млрд євро. Загальний дохід категорії логістичних консультацій становить менше 1 % від загального ринку транспортно-логістичних послуг [290].

На наш погляд, надійність ланцюга поставок – це ключ до ефективності логістики. В глобальному середовищі вантажоодержувачі вимагають високої впевненості щодо того, коли і як будуть відбуватися поставки. Надійність, як правило, важливіша за швидкість, і багато вантажовідправників готові за це платити. Іншими словами, передбачуваність ланцюга поставок – це питання не лише часу та витрат, а й складової якості логістичних послуг.

У дружніх до логістики країнах виробники та бізнес вже передають більшу частину своїх основних логістичних операцій стороннім постачальникам і зосереджуються на здійсненні свого основного бізнесу, одночасно керуючи більш складними питаннями ланцюгів поставок. Ця передача обов'язків є своєрідним каталізатором в цій сфері: чим більше таких передових послуг буде доступно за розумну ціну, тим більше вантажовідправників буде передавати свою логістику на аутсорсинг. В той же час, чим менше доступні надійні та комплексні послуги третіх сторін, тим більше вантажовідправників здійснюватиме логістику самотужки, що не завжди позитивно впливає на якість, ціну та загалом конкурентоспроможність [288].

Ланцюги постачання – це система кровообігу світової економіки, яка забезпечує доступ до речей, необхідних нам для підтримки торгівлі та життєдіяльності. Незважаючи на їх життєво важливе значення, більшість погано розуміє складність та важливість розвитку ланцюгів поставок, і помічають їх лише тоді, коли в них виникають порушення, чи коли вони стають проблематичними.

Хоча економічні показники ланцюгів поставок постійно покращуються, їх вплив на навколишнє середовище та вразливість до стороннього впливу стали основними джерелами занепокоєння. Відповідальність за більшу частину фізичного переміщення, обробки та зберігання продуктів покладається на спеціалізованих постачальників логістичних послуг, і їх завдання стають все складнішими в міру розширення глобальної економічної діяльності.

Стійкість міжнародних та внутрішніх ланцюгів поставок стає зростаючою проблемою у всьому світі. Під стійкістю розуміється як здатність організації (або країни) відновлюватися від серйозних порушень в роботі, спричинених людським фактором (Covid-19, кібербезпека), так і природних катаклізмів.

З розвитком глобалізаційних процесів, все важче відокремити міжнародні проблеми логістики від внутрішніх, оскільки

вони стали тісно пов'язаними. Влада різних держав та усі зацікавлені сторони мають справу з більш широким колом логістичних питань що виникають та включають в себе проблеми просторового планування, екологізацію ланцюгів поставок та зміцнення їх стійкості до збоїв, порушень та катастроф (фізичних чи цифрових).

Ефективність логістики тісно пов'язана з надійністю ланцюга поставок та передбачуваною доставкою вантажу. Деякі причини затримок або точки збільшеного ризику є ендегамними для ланцюга поставок: якість послуг, вартість та швидкість процесів митного очищення є лише одними з багатьох прикладів. Але інші причини – зовнішні, такі як залежність від непрямих морських маршрутів, лежать поза внутрішнім ланцюгом поставок і не підконтрольні певній країні.

Передбачувані, надійні ланцюги поставок є ключовими для хороших показників розвитку логістики. Дійсно, невизначені терміни поставок можуть порушити виробництво та експорт, що змушує фірми застосовувати дорогі стратегії, такі як експрес-доставка або формувати набагато більші товарні запаси, погіршуючи конкурентоспроможність у глобальних і регіональних ланцюгах поставок.

Для структур, що мають відношення до управління логістичними потоками в країні додатковою причиною зосередити більше уваги на забезпеченні передбачуваності ланцюга поставок, є мережева структура глобальної та регіональної торгівлі, яка частково пов'язана із зростанням ланцюгів формування доданої вартості. В такій мережі невеликі збої в роботі одного каналу можуть швидко, а іноді і непередбачувано поширюватися по всій логістичній системі. В міжнародній логістиці та економіці були випадки, коли торгівля та виробництво були порушені природними подіями та техногенними катастрофами, такими як громадянські війни або кібератаки. У сучасну епоху глобалізації розширені ланцюги поставок створили більше взаємозалежності. Місцеві події на них впливають та створюють негаразди далеко за межами території, яка безпосередньо постраждала, в такі моменти ланцюги постачання перериваються без можливості швидкого відновлення.

У 2010 р. виверження вулкану в Ісландії затримало більшість європейських повітряних перевезень на кілька тижнів і на такий же час розірвало ланцюги поставок повітряних вантажів багатьох африканських країн, що розвиваються. У 2011 р. цунамі в Японії та повені в Таїланді порушили торгівлю, вразивши ключові вузли глобальних ланцюгів поставок [293].

В таких серйозних ситуаціях складові ланцюга поставок можуть довго перебудовуватися і навіть можуть бути остаточно змінені. Таким чином, стійкість міжнародних та внутрішніх ланцюгів поставок постає як політична проблема, що вимагає заходів з боку державних установ та приватних компаній.

У середині 2017 р. кібератаки на глобальних провайдерів морських логістичних послуг створили значний фізичний зрив ланцюга поставок протягом декількох тижнів, тому питання про важливість кібербезпеки є доволі значимим [254; 298]. Таким чином, підвищення ефективності, пов'язане з логістичними мережевими моделями виробництва, спричиняє підвищений системний ризик, оскільки сама структура може бути вразливою до невеликих потрясінь, що впливають на вирішальні зв'язки системи.

Країни з низьким рівнем логістичної ефективності, які не можуть забезпечити умови для розвитку передбачуваних та надійних ланцюгів поставок, будуть дедалі більше втрачати на світових ринках і потребуватимуть більшої політичної спрямованості щодо покращення взаємозв'язків та зупинки подальшої маргіналізації у світовій торговій системі.

Зростаючий обсяг логістичних показників та все більше визнання внеску логістики в розвиток глобальної економічної інтеграції вимагають цілісного та послідовного підходу до аналізу та оцінки даних процесів.

Регулярна оцінка та аналіз як світових так і власних показників логістичного розвитку має важливе значення, допомагаючи країнам формувати власну політику та мотивуючи послідовні підходи до управління логістичними потоками та проведення економічних реформ на національному рівні. У деяких випадках такий аналіз та оцінка є інструментами, які дозволяють обрати більш точний підхід до вирішення питання обмеження ланцюгів поставок та загалом всієї логістичної інфраструктури.

Добре функціонуюча внутрішня та міжнародна логістика є передумовою національної конкурентоспроможності, а глибокий аналіз та оцінка, що базуються на фактичних даних, можуть забезпечити надійні орієнтири розвитку, допомогти оцінити вплив та дієвість обраної політики та порівняти глобальний прогрес інших країн у цій сфері.

Проаналізуємо рівень розвитку основних показників, що характеризують логістичну інфраструктуру України. Для цього вико-

ристеємо Індекс логістичного розвитку (LPI) – показник Світового банку – унікальний інструмент для порівняльного аналізу, який забезпечує однаковий підхід до оцінки показників в більш ніж 160 країнах. Індекс логістичного розвитку визначає наскільки доступною з точки зору логістики є країна чи наскільки тісно вона інтегрована у фізичну мережу глобальної логістики [270].

В цьому аналізі ми будемо використовувати Індекс логістичного розвитку, як важливу вихідну точку при оцінці розвитку логістичних показників України, та її місця серед інших країн світу. Індекс логістичного розвитку складається з шести складових: митні послуги; розвиток інфраструктури; організація міжнародних відправлень і перевезень; якість логістичних послуг; своєчасність; можливість оперативного відстеження відправлень та відслідковування логістичних маршрутів (рис. 3.17).

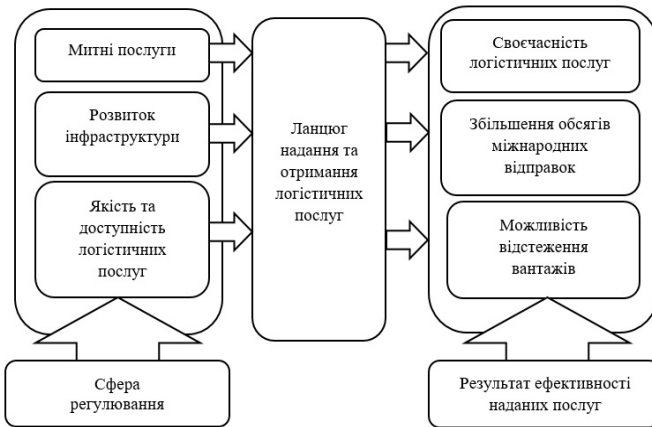


Рис. 3.17. Складові компоненти Індексу розвитку логістики*

* побудовано автором за [270]

Цей рисунок відображає шість показників Індексу розвитку логістики, які поділені на дві основні категорії:

– напрями для регулювання, які вказують основні входи в ланцюг поставок (митна сфера, транспортна інфраструктура та логістичні послуги).

– результати діяльності ланцюжка поставок (що відповідають показникам Індексу розвитку логістики: своєчасність, обсяг міжнародних відправок, та відстеження вантажів).

Аналіз та оцінка даних показників в сукупності дозволить визначити стратегічні дії, які можуть сприяти вдосконаленню кожного окремого елемента. Окрім цього це дозволить краще зрозуміти ефективність логістики в Україні в контексті ускладнення та розвитку світових ланцюгів поставок. Дані з аналізу та оцінки Індексу логістичного розвитку можуть дати уявлення про якість та доступність ключових логістичних послуг у межах країни, та наскільки легко чи складно отримати логістичні послуги і проводити міжнародну торгівлю з Україною.

Для аналізу та оцінки місця України за Індексом розвитку логістики ми обрали 10 країн. Як бачимо на рис. 3.18, станом на 2018 р., Україна за даним показником посідала 66-те місце, випереджаючи країни СНГ, однак відстала від країн ЄС, Китаю, Японії та США. Найвище місце зайняла Німеччина, яка з року в рік посідає перші місця. Найгірша ситуація з розвитком логістики в Афганістані.

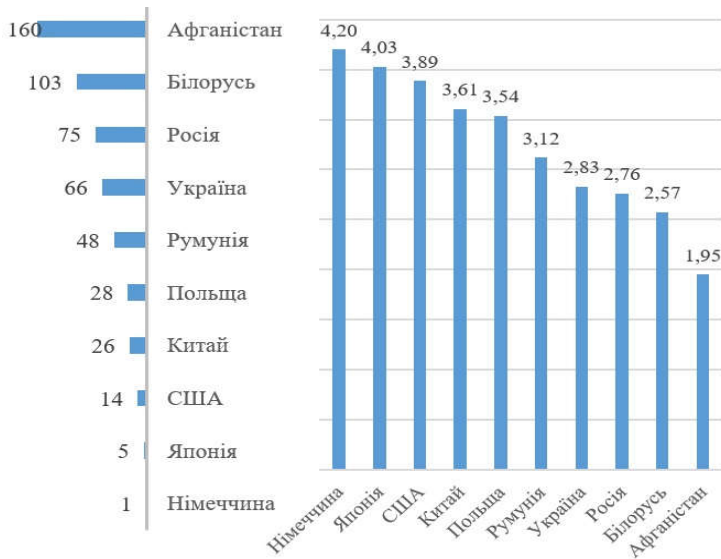


Рис. 3.18. Порівняння країн за Індексом розвитку логістики – праворуч, світове місце країни – ліворуч (2018 р.)*

* побудовано автором за [270]

Для кращого розуміння порівняємо динаміку зміни Індексу розвитку логістики України з лідером – Німеччиною та нашим за-

хідним сусідом – Польщею. Як видно з рис. 3.19, Індекс логістичного розвитку Німеччини перебуває на стабільно високому рівні ще з 2007 р., з 2012 р. продовжується поступове зміцнення логістичної сфери цієї країни.

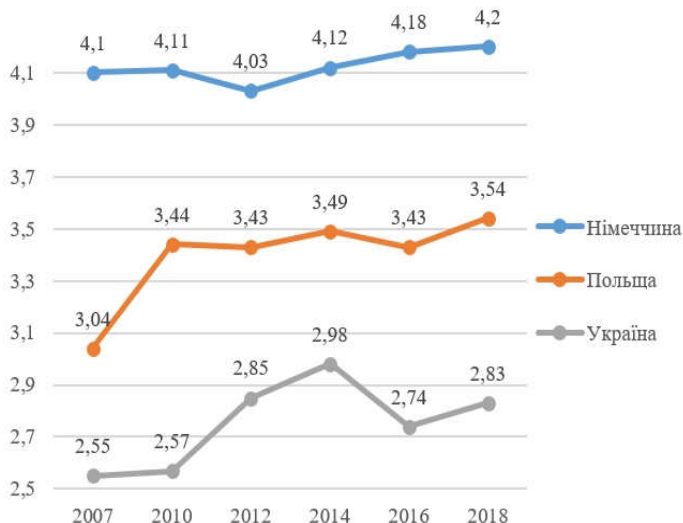


Рис. 3.19. Порівняння країн за динамікою зміни Індексу розвитку логістики*

*побудовано автором за [270]

Відносна зміна Індексу складає 3 %, це пояснюється тим, що логістична сфера в Німеччині близька до досягнення ідеалу. Що стосується Польщі, то з 2007 р. Індекс зростає швидкими темпами і за 11 років відносна зміна показника склала 15 %, в той час як відносна зміна показника в Україні за той же період склала 10 %. Зростання в Україні тривало швидкими темпами з 2010 до 2014 рр. Однак після початку бойових дій на Сході країни цей Індекс знизився і продовжує поступове відновлення.

Від динаміки Індексу розвитку логістики перейдемо до його складових. Це дасть змогу виявити слабкі зони логістичної сфери та сфокусувати увагу та ресурси задля покращення ситуації. Як бачимо з рисунку рис. 3.20, в Україні не погано розвинена своєчасність надання послуг в сфері логістики, можливість оперативного відстеження відправлень та відслідковування логістичних

маршрутів, міжнародні перевезення, гірші показники має якість логістичних послуг.



Рис. 3.20. Порівняння країн за складовими Індексом розвитку логістики – праворуч, місце країни – ліворуч*
* побудовано автором за [270]

Однак, такі показники як розвиток логістичної інфраструктури та митні послуги є найменш розвиненими. Саме на дані складові Індексу розвитку логістики необхідно звертати найбільшу увагу та займатись їх покращенням і регулюванням. Логістична інфраструктура та митні послуги також є найбільш слабкими точками логістики Польщі, однак навіть попри це ситуація в рази краще ніж в Україні. Німеччина ж закономірно лідирує за усіма показниками.

Що стосується митних послуг в Україні, Європейська Бізнес Асоціація в першому півріччі 2020 р. провела експертне дослідження на основі якого був складений «Митний індекс». Митний індекс – складається Європейською Бізнес Асоціацією з 2010 р. Дослідження формується з трьох тематичних блоків – корупція, якість митних послуг, робота «Єдиного вікна»

В 2019 р. оцінка роботи митниці експертами асоціації склала 3,39 балів, тоді як в 2020 р. – 3,37, тобто концептуальних змін не відбулось, однак все ж спостерігалось погіршення показника. Однією з найбільших проблем на шляху до розвитку вбачається корупція в митних органах, так відповіло – 56 % респондентів, 31 % помітили зменшення впливу корупції (рис. 3.21).

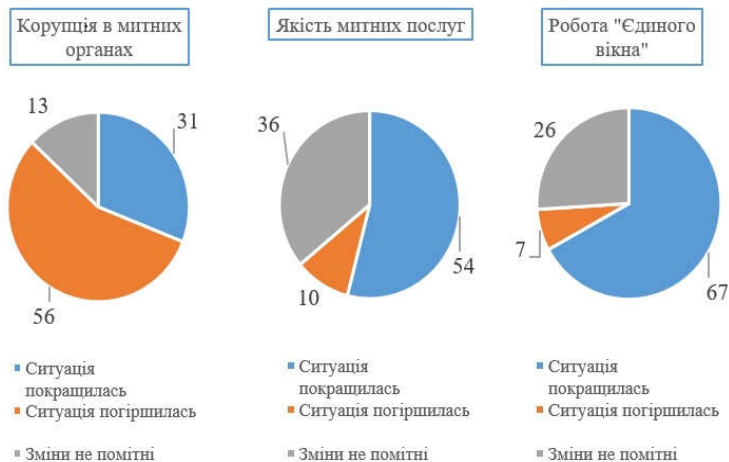


Рис. 3.21. Оцінка роботи митних органів України в забезпеченні розвитку логістики, %*

* побудовано автором за [143]

Якістю послуг та компетенцією посадових осіб на митниці задоволені 54 %, незадоволених – 1 %. Робота системи «Єдине вікно» отримала найвищу оцінку – 67 % задоволених, проти 7 % незадоволених роботою системи.

Головними проблемами роботи митниці вважається відсутність злагодженої роботи контролюючих органів та відсутність координації митниці щодо створення такої взаємодії. Держпродспоживслужба станом на 2020 р. створює найбільше труднощів на шляху до проходження митного. Також коригуванням митної вартості створює проблеми для 39 % опитаних, однак це вже питання стосується більше податкової політики країни, оскільки митні органи є лише одним з інструментів такої політики. Загалом можемо відзначити хоч і повільний процес реформування митниці відповідно європейських стандартів, все ж з 2007 р. прогрес є помітним [143].

В 2020 р. криза спричинена корона вірусом, яка стала справжнім випробуванням, в Україні вплив наслідків пандемії є відчутним, так зокрема, криза уповільнила та ускладнила реалізацію реформ в секторі інфраструктури. Однак, незважаючи на це, було ряд позитивних зрушень та досягнень в сфері розвитку логістичної інфраструктури.

В залізничній галузі – створено проект із залучення приватної тяги на залізницю. Цей проект з’явився завдяки тому, що Україна зобов’язалась перед ЄС відкрити ринок залізничних перевезень та забезпечити якісними послугами пасажирів, створити здорову конкуренцію для бізнесу та гарантувати йому рівні й прозорі умови діяльності. В результаті це має привезти до відкриття ринку приватної тяги, однак перед тим потрібно ухвалити Закону України «Про залізничний транспорт» [219].

Що стосується морського та річкового сектору інфраструктури логістики, в 2020 р. було прийнято законопроект № 1182-1-д «Про внутрішній водний транспорт». Він має позитивно вплинути на розвиток внутрішніх водних шляхів України. Окрім цього залишається не вирішеним питання щодо покращення стану річкового господарства, сприяння розвитку берегової інфраструктури внутрішнього водного транспорту, переорієнтації вантажопотоків на екологічний та більш економічний річковий транспорт [171].

На наш погляд, першочерговими головними реформами та змінами у морській галузі, мають стати, Національної комісії – створення незалежного регулятора яка б здійснювала державне регулювання у сфері транспортних перевезень, важливим є питання зниження портових зборів та відрахувань до державного бюджету.

Окрім морського та залізничного транспорту відбулися зрушення і в секторі розвитку міжнародних вантажних авіаперевезень. Планується будівництво вантажного терміналу аеропорту «Бориспіль», під яке виділено земельні ділянки. Передбачається, що до кінця 2021 р. буде збудовано новий вантажний термінал. В планах є створення можливостей для розвитку аеропорту та реалізація проекту транспортного хабу [30].

Стосовно міжнародних вантажних перевезень, в кінці 2020 р. ситуація з нестачею автодозволів з боку Республіки Польща сильно погіршилась. Українські перевізники станом на жовтень місяць повністю вичерпали цю квоту зі 160 000 дозволів. В результаті багато експортерів не змогли закрити власні контракти з західноєвропейськими партнерами, що негативно вплинуло на добробут підприємств, їх доходи і в цілому на логістичну сферу й економіку країни. Однак, в кінці 2020 р. Міністерство інфраструктури все ж домовилось про отримання для українських перевізників додаткових 5000 дозволів. Питання збільшення кількості дозволів є ключовим для підтримки українських виробників та експортерів [61].

Окрім дослідження та оцінки митних послуг у впливі на логістику, в 2020 р. Європейська Бізнес Асоціація також провела експертне дослідження стану розвитку транспортної інфраструктури в Україні. В результаті було складено Інфраструктурний індекс. Показник склав 2,58 балів з 5. Більшість респондентів – 65 % вважають задовільним загальний стан логістичної інфраструктури в Україні, 35 % стверджують, що він є негативним. Цікавим є те, що позитивна оцінка рівня інвестиційної привабливості України для реалізації інфраструктурних проектів склала 8 %, негативно відповіли 45 % респондентів. Що стосується іншої складової індексу – Рівень виконання державою стратегій розвитку транспортної галузі, 53 % респондентів вважають його низьким, на противагу 7 % схвальних відповідей (рис. 3.22).



Рис. 3.22. Оцінка стану розвитку логістичної інфраструктури в Україні, %*

* побудовано автором за [143]

Проведемо аналіз розвитку інфраструктури в розрізі окремих галузей. Що стосується середньої оцінки стану розвитку транспортних галузей, то тут респонденти вважають, що найгірше розвинутим є саме залізничний транспорт з показником в 2,36 балів. Найкраще на думку експертів розвинений авіаційний транспорт та морські. Однак, на наш погляд тут є цікавий момент, виходячи зі статистики про світову структуру ринку транспортно-логістичних послуг за доходами (рис. 3.23), саме автомобільний транспорт, авто-

мобільна та залізнична експедиція вантажів та залізничний транспорт і сфери логістики, що їх обслуговують складають 59,1 % ринку та 3,17 та 2,85 балів, відповідно.

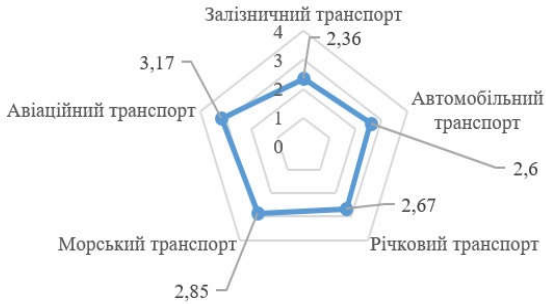


Рис. 3.23. Оцінка стану розвитку транспортних галузей в Україні, %*
*побудовано автором за [143]

Водночас, морський та повітряний транспорт разом і сфери логістики, що їх обслуговують складають 19,9 % ринку. Це свідчить про те, що в Україні найгірше розвинені ті галузі транспортної інфраструктури які зазвичай приносять найбільше доходів. І навпаки, відносно найкраще розвинені галузі, що мають невелику частку ринку транспортно-логістичних послуг за доходами. Відповідно, для реалізації політики і стратегії покращення логістичної інфраструктури необхідно звернути особливу увагу на ці моменти.

Для покращення ситуації у залізничній інфраструктурі, перш за все, потрібно реорганізувати Укрзалізницю, змінити та оновити тарифну політику й запровадити відповідні законодавчі можливості для залучення приватних як іноземних так і національних інвестицій в розвиток залізничної інфраструктури та відкрити ринок приватної тяги.

Серед пріоритетних реформ, необхідних для розвитку дорожньої інфраструктури є належний контроль габаритно-вагового перевезення, застосування прозорих процедур до державних закупівель та тендерів на виконання різного роду робіт, залучення до моніторингу будівництва доріг та технічного нагляду міжнародних незалежних партнерів.

Що стосується авіаційного транспорту, важливим є розвиток аеропорту «Бориспіль» як вантажно-транспортного вузла – між-

народного хабу, передача аеропортів в руки приватного сектору на умовах ДПП/концесії, запровадження державної допомоги українським авіаперевізникам особливо під час пандемії Covid-19.

Головними реформами та змінами в галузі розвитку морського транспорту є створення Національної комісії – незалежного регулятора, що міг би здійснювати державне регулювання в сфері транспорту, важливим з точки зору конкурентоспроможності державних та приватних експортерів є зниження портових зборів та відрахувань до державного бюджету.

Окрім питань технічного характеру на наш погляд незважаючи на велику механізацію та автоматизацію, логістика залишається роботою для людей. Логістика на операційному рівні є трудомісткою, і вимагає трудових затрат багатьох працівників (наприклад, водії вантажних автомобілів та оператори складів) так і багато адміністративних службовців. Якість, навчання та утримання цих працівників є головним фактором ефективності логістики.

Нижча якість обслуговування шкодить виробництву та міжнародній торгівлі. Проте людські ресурси, на які часто не звертають уваги або сприймають їх як належне, залежать не лише від стратегії компаній, а й від національних ініціатив щодо навчання та підготовки людей для логістичних професій. У нещодавній публікації Всесвітнього економічного форуму, підготовленій провідними експертами, було визначено вісім трендів, які, ймовірно, визначатимуть майбутнє логістики:

- нестача логістичних навичок;
- реструктуризація глобальних ланцюгів створення вартості;
- ризики пов'язані з постачанням та відновленням;
- цифрова трансформація ланцюгів поставок;
- стійкість ланцюгів поставок;
- подальший розвиток електронної комерції;
- логістична інфраструктура;
- спільна співпраця бізнесу та уряду.

У 2017 р. Світовий банк та Університет логістики Кюне (Німеччина) опублікували звіт про навички, компетенції та навчання в логістичному секторі. Вони підкреслили те, що кваліфікована робоча сила, що пов'язана з логістикою є дефіцитною на всіх рівнях як у розвинених, так і в країнах що розвиваються, та припустили, що ця проблема, швидше за все, залишиться або погіршиться протягом наступних років [285].

Зазначається, що в країнах, що розвиваються, найсерйозніший дефіцит кадрів спостерігається на рівні керівників. У розвинених країнах найсерйозніший дефіцит спостерігається на рівні водіїв вантажівок. Причини нестачі включають в себе низький престиж таких робіт та статус операційних працівників.

Багато країн, що розвиваються, навіть якщо вони страждають від високого рівня безробіття, мають обмежений запас кваліфікованої робочої сили. Розвиток логістики, особливо в галузі інформаційних технологій, вимагає нових компетенцій та робочих якостей, якими не володіє робоча сила.

Країни, що розвиваються, потребують значного розширення логістичного навчання та ініціатив з підвищення кваліфікації. На наш погляд, для сприяння розвитку логістичної компетентності серед спеціалістів потрібне наступне:

- освіта та навчання державних установ або фінансова підтримка такого навчання;
- освітня стратегія та розробка навчальних програм;
- діалог між державою та бізнесом, співпраця між зацікавленими сторонами;
- регулювання вантажних та логістичних послуг, включаючи митне посередництво та вантажоперевезення;
- встановлення та гармонізація стандартів компетентності для різних видів робіт;
- підвищення рівня кваліфікації на державних логістичних підприємствах (як правило, в портах та на залізницях);
- інвестування в людський капітал як складову розвитку логістичної та вантажної інфраструктури.

Загалом, впровадження ефективної політики щодо поліпшення логістичних показників сьогодні є таким же складним завданням, як і у 2008 р., на це є як мінімум дві причини.

По-перше, сфера впровадження розширилася від традиційного фокусу на інфраструктурі та сприянні торгівлі. Стійкості міжнародних та внутрішніх ланцюгів поставок приділяється більше уваги, причому не лише в розвинених країнах. Окрім цього більша увага також приділяється розвитку навичок та професійної підготовки, просторовим вимірам логістики та специфіці нормативно-правової бази.

На додаток до цих нових галузей, регуляторні реформи секторів логістичних послуг є критично важливими, але залишаються

складними для впровадження у багатьох країнах, що розвиваються. Важливим на наш погляд є поліпшення законодавства спрямованого на підвищення якості надання логістичних послуг, спираючись на ринкові механізми та участь приватного сектору, в тих економічних галузях економіки, що становлять основу логістичної діяльності країни. Широкий та наскрізний порядок денний логістики вимагає від національної логістичної політики розуміння, необхідності впровадження реформ та своєчасності застосування потрібних на це ресурсів.

По-друге, в реалізації більшості реформ зазвичай участь бере більше одного відомства та багато інших зацікавлених сторін, що уповільнює впровадження або навіть скасовує його, якщо механізми співпраці не є стійкими. Для послідовних і широких реформ та вдосконалення логістичної сфери наша країна повинна боротися з цими складнощами. Країни середнього та нижчого рівня розвитку логістичних послуг зазвичай більше стримуються слабкими механізмами координації та приватним сектором, ніж країни з сучасними та інноваційними секторами логістики. Незважаючи на те, що логістичні послуги переважно надаються приватним сектором, суб'єкти та установи державного сектору відіграють важливу роль, без якої конкурентоспроможність логістики навряд чи покращиться.

Адміністративні реформи можуть бути швидкими, коли країни, що мають сильну політичну волю, об'єднують свої зусилля. У деяких випадках м'які реформи у сфері сприяння торгівлі та транспорту були здійснені із значним наслідком ще до завершення проєктів жорсткої інфраструктури. М'які реформи забезпечили вищу та швидшу віддачу інвестицій.

Зрештою, виходить так що країни, які впроваджують далекосяжні зміни, вважають логістику невід'ємною частиною економіки, вони, як правило, поєднують в собі перспективи політики, такі як реформи чи часткове регулювання, сприяння та планування торгівлі та інвестицій. Бездоганна міжвідомча координація та, насамперед, сильний державно-приватний діалог характеризують найбільш успішні країни в сфері розвитку логістики.

Україна може отримати як економічну так і екологічну вигоду від впровадження ефективної та ефективно збалансованої системи модальної логістичної інфраструктури. Економічні вигоди включають економію капіталу та зменшення відходів як у транспортній системі, так і в споживчих галузях. Екологічні вигоди, такі

як зменшення викидів та зменшення споживання енергії, також є ймовірними. Однак реалізація таких завдань є далеко не простою.

Отримана інформація про розвиток логістичної інфраструктури в Україні, та інші аспекти цього дослідження можуть стати в нагоді, тим хто розробляє стратегію логістичного розвитку, органам та особам задіяним в міжнародній торгівлі та широкій аудиторії інших зацікавлених сторін, включаючи дослідників та викладачів. Цей аналіз та оцінка також можуть широко використовуватися урядом, міжнародними організаціями, приватними фірмами та науковими колами в зусиллях спрямованих на вдосконалення сфери логістики та її інфраструктури в Україні.

3.8. Інноваційна діяльність промислових підприємств в умовах інтеграційних перетворень

Неодмінною передумовою виживання будь-якої економічної системи у сучасному динамічному світі є її здатність адаптуватись і відповідати на швидку зміну усіх виробничих факторів. Однак, успішність, тобто результативність та ефективність діяльності економіки або певного підприємства визначається активною позицією в інноваційній діяльності. Вітчизняні підприємства, як і вся українська економіка, на жаль, лише частково усвідомили цю необхідність. Інновації здійснюються на недостатньому рівні. Про це свідчать різноманітні міжнародні рейтинги, у яких Україна посідає далеко не найвищі позиції (табл. 3.16).

Таблиця 3.16

Позиція України в міжнародних рейтингах щодо інноваційної діяльності*

Показник	Період						
	2012–2013	2013–2014	2014–2015	2015–2016	2016–2017	2017–2018	2018–2019
Індекс інновацій та розвиненість	71	93	92	72	52	61	58
Індекс технологічної готовності	81	84	85	86	85	81	77
Глобальний індекс інновацій INSEAD	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	63 (141)	71 (142)	63 (143)	65 (141)	56 (128)	50 (127)	43 (126)
Глобальний інноваційний індекс Bloomberg	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	23 (50)	42 (50)	33 (50)	41 (50)	42 (50)	46 (50)	53 (60)

*сформовано автором за [165]

Загальна позиція держави формується у перше чергу окремими суб'єктами господарювання. Серед промислових підприємств частка тих, що належали до інноваційно-активних у 2010–2019 рр. не перевищувала 19 % (рис. 3.24).

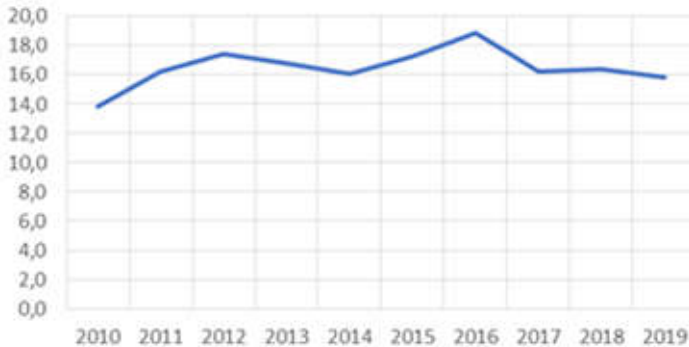


Рис. 3.24. Питома вага інноваційно-активних підприємств, %*
* побудовано автором за [58, 146]

Максимальну кількість інноваційно-активних підприємств було зареєстровано у 2016 р. – 18,9 % від загальної кількості, що дещо перевищило попереднє найбільше значення 2012 р. на рівні 17,4 %. Питома вага підприємств цієї групи у останні роки досліджуваного періоду становила 15,8 %.

Інноваційна активність підприємств відрізняється за регіонами України, про що свідчать дані таблиці 3.17.

Найбільшу кількість підприємств, що активно здійснювали інноваційну діяльність було зареєстровано у Харківській області – 116 од., що становить 14,8 % від їх загальної кількості в державі. Серед підприємств області майже кожне третє відносилось у 2019 р. до інноваційно-активних (27,1 %).

Більшу інноваційну активність мали лише підприємства Тернопільської області, серед яких питома вага цієї групи була 29,9 %. Хоча таких підприємств у регіоні лише 29. Столичні підприємства неактивно здійснювали інноваційну діяльність у вказаний період. Лише 88 промислових підприємств, що становить 16,3 % від усіх зареєстрованих вказано у статистичних даних як інноваційно-активні. Серед підприємств Хмельниччини питома вага тих, що займались впровадженням та реалізацією інновацій найменша серед усіх регіонів і дорівнювала лише 6,6 %.

Таблиця 3.17

Розподіл інноваційно-активних підприємств за регіонами у 2019 р.*

Регіон	Усього, од.	Частка загальної кількості промислових підприємств, %
Україна	782	15,8
Вінницька	28	15,4
Волинська	11	10,4
Дніпропетровська	64	12,5
Донецька	27	13,0
Житомирська	24	14,0
Закарпатська	9	7,0
Запорізька	47	19,3
Івано-Франківська	22	16,9
Київська	41	11,9
Кіровоградська	20	19,4
Луганська	11	14,9
Львівська	44	12,8
Миколаївська	22	23,2
Одеська	33	16,5
Полтавська	32	16,6
Рівненська	20	13,9
Сумська	23	18,9
Тернопільська	29	29,9
Харківська	116	27,1
Херсонська	13	13,3
Хмельницька	10	6,6
Черкаська	30	18,6
Чернівецька	7	10,9
Чернігівська	11	8,7
Київ	88	16,3

*сформовано автором за [58, 146]

Неоднаковим є галузевий розподіл інноваційно-активних підприємств (дав. табл. 3.18).

У переробній промисловості у 2019 р. працювало 88 % від загальної кількості промислових підприємств, що здійснювали інноваційну діяльність. Найбільш численною є група виробників харчових продуктів, а саме 131 підприємство, які віднесено до інноваційно-активних. Це становить 14,6 % від усієї кількості зареєстрованих виробників цього виду економічної діяльності. Водночас кожне друге підприємство, яке виготовляло основні фармацевтичні продукти і фармацевтичні препарати здійснювало інновації у 2019 р. Кількість таких підприємств дорівнювала 30 од.

Таблиця 3.18

**Кількість інноваційно-активних підприємств
за видами економічної діяльності у 2019 р.***

Вид економічної діяльності	Усього, од.	Частка загальної кількості промислових підприємств, %
Промисловість	782	15,8
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	28	11,5
– добування кам'яного та бурого вугілля	4	10,5
Переробна промисловість – виробництво:	693	17,2
– харчових продуктів	131	14,6
– напоїв	26	24,5
– тютюнових виробів	1	16,7
– текстильне	11	16,7
– одягу	21	9,8
– шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	8	11,9
– обробка деревини та виготовлення виробів з неї і корка, крім меблів; виготовлення виробів із соломки та рослинних матеріалів для плетіння	12	6,8
– паперу та паперових виробів	20	18,3
– поліграфічна діяльність, тиражування записаної інформації	11	20,4
– виробництво коксу і продуктів нафтопереробка	3	15
– хімічних речовин і хімічної продукції	34	19,8
– основних фармацевтичних продуктів і фармацевтичних препаратів	30	47,6
– гумових і пластмасових виробів	36	16,3
– іншої неметалевої мінеральної продукції	36	11,7
– металургійне	21	16,3
– готових металевих виробів, крім машин і устаткування	43	15,1
– комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	32	34,4
– електричного устаткування	37	22,7
– машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	80	24,1
– автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів	19	23,2
– інших транспортних засобів	26	28
– меблів	21	18,6
– іншої продукції	14	18,4
– ремонт і монтаж машин і устаткування	20	11,8
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	33	10,7
Водопостачання, каналізація, поводження з відходами	28	7,2

*сформовано автором за [58, 146]

Закономірно, що до виду економічної діяльності який вимагає інноваційної активності належить виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції. Частка інноваційно-активних підприємств за цим видом економічної діяльності дорівнювала 34,4 %. Серед інших галузей машинобудування, питома вага підприємств, які здійснювали інновації коливалась у межах 22,7–28 %.

Промислові підприємства нерівномірно здійснювали впровадження інновацій (продукції або технологічні процеси) в свою діяльність (рис. 3.25).

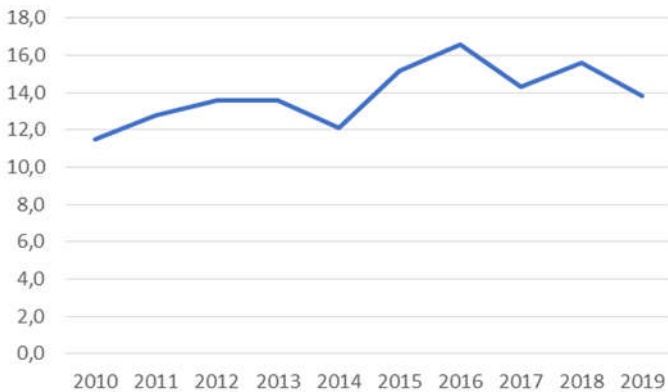


Рис. 3.25. Питома вага промислових підприємств, що впроваджували інновації (продукції та/або технологічні процеси), %*
*побудовано автором за [58, 146]

Згідно із статистичними даними, частка підприємств, що впроваджували інновації протягом 2010–2019 рр. була максимальною у 2017 р. і дорівнювала 16,6 %. На кінець досліджуваного періоду, у 2019 р. впроваджували інновації у виробництво 13,8 % підприємств промисловості.

Традиційно вітчизняні підприємства впроваджують нову продукцію, а не технологічні процеси. Розподіл цих типів інновацій наведено на рис. 3.26.

Як вже зазначалось раніше, найбільшу кількість інновацій було впроваджено у 2016 р. Це стосується і впровадження продуктивних інновацій – на рівні 4139 од., так і технологічних – 3489 од., відповідно. І якщо протягом 2010–2019 рр. перевищення впровадження продуктивних інновацій було в два рази (наприклад, 2014 р.), то у 2019 р. різниця між видами інновацій дорівнювала 170 од.

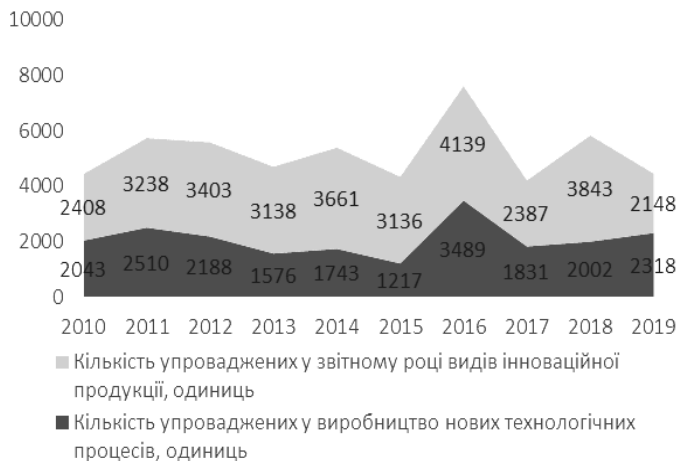


Рис. 3.26. Динаміка впроваджених промисловими підприємствами інноваційних видів продукції чи технологічних процесів, од.*
*побудовано автором за [58, 146]

Статистичні дані дозволяють розподілити інноваційно-активні підприємства на групи залежно від напрямку реалізації інноваційних витрат (див. табл. 3.19).

У 2019 р. в Україні основна кількість підприємств, здійснювали придбання машин та обладнання і програмного забезпечення (506 од.). Із цього числа найбільшу кількість становлять суб'єкти господарювання м. Київ, Дніпропетровської, Харківської областей (62, 51, та 47, відповідно). Лише 5 підприємств Хмельниччини у 2019 р. придбали інноваційні машини, обладнання та програмне забезпечення. Ще 191 підприємство здійснювало інноваційну діяльність завдяки фінансуванню проведення НДР робіт як внутрішніх, так і зовнішніх. Внутрішні НДР переважають і сформовані за рахунок підприємств столиці, Запорізької, Сумської, Харківської областей.

Кількісні показники інноваційної активності доцільно розглядати у поєднанні із фінансовими показниками. Так, на рис. 3.27 наведено динаміку витрат на інновації промислових підприємств вцілому та в розрізі напрямів витрат.

Максимальна інноваційна активність промислових підприємств у 2016 р. відобразилась і на сумі витрат за різними напрямками у цей рік.

Таблиця 3.19

Розподіл інноваційно-активних підприємств за напрямками інновацій*

Область	НДР		Придбання		Інші
	Внутрішні	Зовнішні	машин, обладнання та програмного забезпечення	інших зовнішніх знань	
Україна	122	69	506	35	161
Вінницька	5	3	15	1	8
Волинська	–	–	6	1	2
Дніпропетровська	5	11	51	3	11
Донецька	5	5	20	2	5
Житомирська	2	–	15	–	4
Закарпатська	–	–	6	1	3
Запорізька	11	8	30	3	11
Івано-Франківська	3	1	11	–	3
Київська	4	3	31	3	12
Кіровоградська	3	1	10	1	3
Луганська	1	2	5	–	2
Львівська	7	2	28	5	15
Миколаївська	2	2	18	1	6
Одеська	3	1	29	2	6
Полтавська	7	5	22	1	7
Рівненська	2	2	16	2	2
Сумська	11	3	18	–	7
Тернопільська	2	–	25	–	3
Харківська	16	6	47	–	23
Херсонська	2	–	9	1	3
Хмельницька	–	–	5	–	1
Черкаська	5	1	14	–	–
Чернівецька	1	1	6	1	3
Чернігівська	3	–	7	–	3
Київ	22	12	62	7	18

*сформовано автором за [58, 146]

Найбільшого значення досягли витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, що дорівнювало 19829 млн грн. За період, що аналізується вказані витрати збільшилися із 5051,7 млн грн до 10185 млн грн або вдвічі.

Поступово збільшувались витрати на науково-дослідні розробки, що охоплювали як внутрішні, так і зовнішні НДР. Сума витрат на їх проведення зросла майже в три рази або з 996,4 млн грн на 1922 млн грн. Невеликі значення становили витрати на інші зовнішні знання серед вітчизняних підприємств.



Рис. 3.27. Витрати на інновації промислових підприємств за напрямками інноваційної діяльності (2010–2019 рр.), млн грн*
* побудовано автором за [58, 146]

Витрати на інновації серед регіонів теж істотно відрізняються. На рис. 3.28 наведено питому вагу витрат областей, які мають найбільші значення.

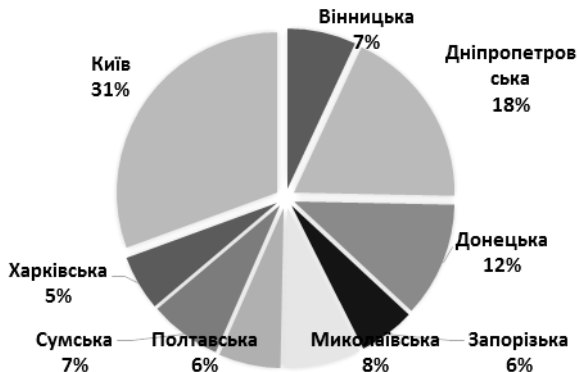


Рис. 3.28. Питому вагу витрат на інновації за регіонами, %*
* побудовано автором за [58, 146]

Незважаючи на одні з найбільших кількісних показників інноваційної активності Харківщини, питому вагу витрат цієї області у загальній величині є незначною – на рівні 5 %. У той час як поряд із

Києвом, що має переважні кількісні показники активності, потрібно відмітити Дніпропетровську, Донецьку, Вінницьку, Запорізьку, Миколаївську, Полтавські та Сумську області. Це свідчить про істотну відмінність у вартості впроваджених у регіонах інновацій. Серед інноваційно-активних підприємств потрібно відокремлювати ті, які реалізовували інноваційну продукцію (табл. 3.20).

Таблиця 3.20

Підприємства, що реалізовували інноваційну продукцію за регіонами*

Регіон	Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (товари, послуги)		У тому числі	
	усього, од.	Частка загальної кількості промислових підприємств, %	нову для ринку	нову лише для підприємства
Україна	442	8,9	114	375
Вінницька	18	9,9	6	13
Волинська	8	7,5	3	6
Дніпропетровська	19	3,7	4	16
Донецька	14	6,7	3	13
Житомирська	10	5,8	2	9
Закарпатська	4	3,1	–	4
Запорізька	25	10,3	6	23
Івано-Франківська	15	11,5	2	13
Київська	24	7	6	22
Кіровоградська	15	14,6	2	13
Луганська	6	8,1	1	6
Львівська	24	7	9	20
Миколаївська	8	8,4	–	8
Одеська	14	7	2	13
Полтавська	15	7,8	2	15
Рівненська	7	4,9	1	6
Сумська	15	12,3	5	13
Тернопільська	12	12,4	6	8
Харківська	89	20,8	24	74
Херсонська	8	8,2	3	7
Хмельницька	7	4,6	1	6
Черкаська	24	14,9	5	20
Чернівецька	5	7,8	–	5
Чернігівська	9	7,1	4	6
Київ	47	8,7	17	36

* сформовано автором за [58, 146]

Серед українських підприємств інноваційну продукцію реалізовували менше 9 % від усіх зареєстрованих. Поміж областей та м. Київ лише деякі мали значення більші за загальнодержавні. Зокрема, це Вінницька, Запорізька, Івано-Франківська, Кіровоградська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Черкаська області. Інші, у т.ч. і Хмельниччина, мали ще менші значення показників реалізації інноваційної продукції. Важливо також врахувати те, що серед вказаних підприємств 85 % реалізовували інноваційну продукцію нову лише для себе. І тільки 114 підприємств в державі реалізовували продукцію нову для ринку. Знову ж таки, вітчизняного ринку.

Співвідношення витрат на інновації промислових підприємств і загального обсягу реалізованої промислової продукції за 2010–2019 рр. не перевищувало 1 %, за винятком 2011 р., коли значення показника досягло 1,3 %. У той же час відношення витрат на інновації до обсягу реалізованої інноваційної продукції у відсотках коливалось у досліджуваному періоді між 23,9 до 59,9 % (рис. 3.29).



Рис. 3.29. Частка витрат на інновації в обсягах реалізованої інноваційної продукції, %*
* побудовано автором за [58, 146]

Відповідно до рис. 3.29 відсутні дані щодо величини цього показника у 2016 р. Після 2015 р., у якому витрати на інновації становили половину від вартості обсягу реалізованої інноваційної продукції, значення співвідношення зменшилось до 41,5 % у 2019 р.

Витрати на інновації промислових підприємств відрізняються і за джерелом формування (табл. 3.21).

Таблиця 3.21

Джерела фінансування витрат на інновації промислових підприємств*

Рік	Власні кошти підприємств		Кошти					
			державного бюджету		інвесторів-нерезидентів		інших джерел	
	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%	млн грн	%
2010	4775,2	59,4	87,0	1,1	2411,4	30,0	771,9	9,6
2011	7585,6	52,9	149,2	1,0	56,9	0,4	6542,2	45,6
2012	7335,9	63,9	224,3	2,0	994,8	8,7	2925,6	25,5
2013	6973,4	72,9	24,7	0,3	1253,2	13,1	1311,3	13,7
2014	6540,3	85,0	344,1	4,5	138,7	1,8	672,8	8,7
2015	13427,0	97,2	55,1	0,4	58,6	0,4	273,0	2,0
2016	22036,0	94,9	179,0	0,8	23,4	0,1	991,1	4,3
2017	7704,1	84,5	227,3	2,5	107,8	1,2	1078,3	11,8
2018	10742,0	88,2	639,1	5,2	107,0	0,9	692,0	5,7
2019	12474,9	87,7	556,5	3,9	42,5	0,3	1147,0	8,1

* побудовано автором за [58, 146]

За період, що аналізується змінилась структура джерел фінансування витрат на інновації. Звичайно, власні кошти підприємства залишились основним джерелом. Їх частка у 2010 р. дорівнювала 59,4 %. Але за усі роки сума вкладених в інноваційну діяльність власних коштів промислових підприємств збільшилась на 7699,7 млн грн. Як наслідок на кінець досліджуваного періоду, їх питома вага досягла 87,7 %.

У 2010 р. за рахунок інвесторів-нерезидентів фінансувалась третина витрат на інновації, що здійснювались промисловими підприємствами. Однак в наступні роки за винятком 2012–2013 рр. таке фінансування не здійснювалось. Тобто співпраця у інноваційній сфері внаслідок впливу різноманітних факторів не відбувалась. Кошти інших джерел мали більше значення у 2011–2012 рр., а у 2019 р. їх сума становила 1147 млн грн або 8,1 % від загальної величини. Результативним показником інноваційної діяльності підприємств є обсяг реалізованої інноваційної продукції та його частка в загальному обсязі промислової продукції (див. рис. 3.30).

Обсяг реалізованої інноваційної продукції у 2010–2019 рр. суттєво коливався: від максимального 42386,7 млн грн у 2011 р. до

17714,2 млн грн та у 2019 р. повернувся до значення 34264,9 млн грн. Однак, інноваційна продукція вітчизняних підприємств становить менше 4 % від загального обсягу реалізованої продукції. Крім того, за 2010–2019 рр. її питома вага зменшилась з 3,8 % до 1,3 %.

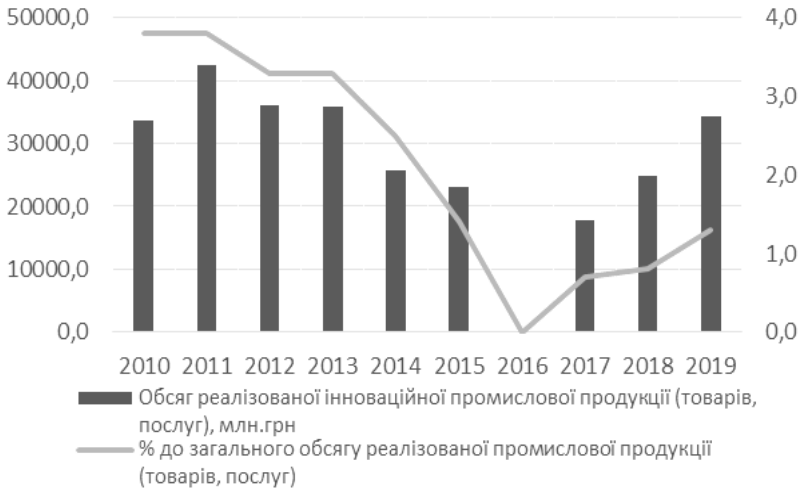


Рис. 3.30. Динаміка обсягу реалізованої інноваційної промислової продукції (2010–2019 рр., млн грн)*
*побудовано автором за [58, 146]

Проведений аналіз опирається на статистичні дані, які оприлюднює Державна служба статистики України [58]. Однак привертає увагу, типова проблема, вітчизняної статистики – неспівставність інформації за тривалі періоди.

До 2015 р. обстеження щодо впровадження інновацій здійснювалось на всіх без винятку юридичних особах (промислових підприємствах), а з 2015 р. ця інформація узагальнювалась лише по юридичних особах із кількістю працівників 50 осіб і більше. Крім того, потрібно зауважити відсутність у вказаних матеріалах інформації по фізичних-особах підприємств, а також юридичних особах, що мають чисельність працівників менше 50 осіб. Взагалі інформація про інноваційну активність малого і середнього бізнесу в Україні, є недостатньою [58]. Отже, варто відмітити низьку інноваційну активність вітчизняних підприємств.

Відсутність надходжень фінансових коштів від іноземних респондентів внаслідок політичної та економічної нестабільності. Незадіяність держави у процесі становлення вітчизняної економіки як повноправного гравця міжнародного ринку інноваційної продукції. За таких умов єдиним рушієм, що може вплинути на рівень інноваційного розвитку є персонал підприємств, розвиваючи який можна досягнути покращення не лише на мікро-, а й на макрорівні.

Список використаних джерел

1. Абдулкадер А. Необходимость маркетинга как системы. Деп. В ИНИОН РАН 27.11.1992, № 47407. – М., 1992. – 10 с.
2. Адаманова З. О. Концептуальні основи національної економічної безпеки / З. О. Адаманова // Університетські наукові записки: часопис Хмельницького університету управління та права. – 2008. – № 4. – С. 393–397.
3. Аккоф Рассел Л. Планирование будущего корпорации / Аккоф Рассел Л. ; пер. с англ. – М. : Сирин, 2002. – 256 с.
4. Акулов В. Б. Теория организации / В. Б. Акулов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 286 с.
5. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы : учеб.-метод. пособ. / М. М. Алексеева. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 248 с.
6. Аллен Р. Математическая экономика / Р. Аллен. – М. : Иностранная литература, 1963.
7. Андришин В. П. Розвиток експортної діяльності деревообробних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / В.П. Андришин. – Івано-Франківськ, 2016. – 20 с.
8. Андрощук Г. О. Оцінка рівня інноваційного розвитку національних економік / Г. О. Андрощук // Наука, технології, інновації. – 2017. – № 3. – С. 30–39.
9. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф ; пер. с англ. ; под ред. Л. И. Ивенко. – М. : Экономика, 1999. – 416 с.
10. Антоневська К. Ю. Кредитування експортоорієнтованих підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.04.01 / К. Ю. Антоневська. – Київ, 2006. – 19 с.
11. Багиев Г. Л. Маркетинг : учебник / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн ; под общ. ред. Г. Л. Багиева. – М., 1999. – 703 с.
12. Баев И. А. Исследование и оптимизация потоковых процессов на промышленном предприятии / И. А. Баев, А. Г. Бутрин // Вестник УГТУ-УПИ. – 2005. – № 6. – С. 21–25.

13. Баклаженко Г. Организация маркетинга в сельхозпредприятиях / Г. Баклаженко // Экономика сельского хозяйства. – 2004. – № 4. – С. 14.
14. Баранчев В. Стратегический анализ: технология, инструменты, организация / В. Баранчев // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 5. – С. 85–90.
15. Бернс Х. Теории международной политики / Х. Бернс, П. Ноак // Вопросы экономической безопасности в зарубежной литературе ; под ред. Ю. А. Борко. – М. : Академия наук СССР, 1998. – Т. 1. – С. 74–84.
16. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посіб. / С. В. Бестужева. – Харків, 2016. – 268 с.
17. Бжезинский З. Выбор: мировое господство или глобальное лидерство / З. Бжезинский. – М., 2008. – С. 27–33.
18. Бжезинський З. Україна у геополітичному контексті / З. Бжезинський. – Київ : вид-во «Києво-Могилянська академія», 2006. – 350 с.
19. Бірюк С. О. Глобальна модифікація чинників експорторієнтованого розвитку підприємств хімічної галузі / С. О. Бірюк, О. С. Бірюк // Проблеми економіки. – Київ, 2012. – № 3. – С. 3–7.
20. Бірюк О. С. Теоретичні підходи до визначення експорторієнтованості підприємства / О. С. Бірюк // Міжнародна економічна політика : у 2 ч. – Київ : КНЕУ, 2012. – Ч. 1. С. 455–460.
21. Бірюк О. С. Формування стратегії експорторієнтованої компанії в глобальному бізнесі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.02 / О. С. Бірюк. – Київ, 2014. – 19 с.
22. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. – 2-е изд., доп. и перераб. – Киев : Эльга, Ника Центр, 2004. – 655 с.
23. Богдан Т. П. Зона вільної торгівлі України з ЄС: нові правила, ризики та можливості / Т. П. Богдан // Фінанси України. – 2018. – № 10. – С. 7–28.
24. Бойко О. О. Розробка вітчизняними підприємствами стратегії виходу на нові зарубіжні ринки / О. О. Бойко // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 7 (181). – С. 31–40.
25. Бойко Т. В. Актуальні проблеми економічної безпеки України [Електронний ресурс] / Т. В. Бойко. – Режим доступу: <http://library.kr.ua/orhus/bojko.pdf>
26. Брагинец И. Н. Эволюция предмета и задач функции управления «мониторинг» и ее координация с экономическим анализом / И. Н. Брагинец // Актуальні проблеми економіки. – № 10 (160). – 2014. – С. 8–21.
27. Буркальцева Д. Д. Методология расчета и управления оптимизацией показателей экономической безопасности / Д. Д. Бур-

кальцев// Вестник Екатерининского Института. – 2014. – № 1 (25). – С. 12–18.

28. Бусел В. Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / В. Т. Бусел. – Київ ; Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.

29. Бюлетень Світового банку «Перспективи розвитку світової економіки», 2021 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.imf.org/ru/Publications/WEO/Issues/2021/01/26/2021-world-economic-outlook-update>

30. Вантажний термінал «Бориспіль» почнуть будувати восени [Електронний ресурс] // Журнал «Бізнес». – 2020. – Режим доступу: <https://business.ua/uk/vantazhnyj-terminal-borispil-pochnut-buduvati-voseni>

31. Варналій З. С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія / З. С. Варналій, Д. Д. Буркальцева., О. С. Саєнко ; за заг. ред. З. С. Варналія. – Київ : Знання України, 2011. – 300 с.

32. Василенко В. А. Стратегічне управління : навч. посіб. / В. А. Василенко, Г. І. Ткаченко. – Київ : ЦУЛ, 2003. – 396 с.

33. Васильців Т. Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізми зміцнення : монографія / Т. Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 384 с.

34. Викентьев И. Л. Трудная необходимость миссии фирмы [Электронный ресурс] / И. Л. Викентьев. – Режим доступу: [http://www/finmir.com.ua/content/view/108/170/](http://www.finmir.com.ua/content/view/108/170/)

35. Виханский О. С. Менеджмент : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – 3-е изд. – М. : Гардарики, 2002. – 528 с.

36. Вічевич А. М. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності : навч. посіб. / А. М. Вічевич, О. В. Максимець. – Київ : ВД «Професіонал», 2009. – 216 с.

37. Власюк О. С. Економічна безпека України в умовах ринкових трансформацій та антикризового регулювання / О. С. Власюк. – Київ : ДННУ «Акад. фін. управління», 2011. – 474 с.

38. Власюк О. С. Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку / О. С. Власюк. – Київ, 2008. – 48 с.

39. Волощук Р. В. Огляд підходів до інтегрального оцінювання стану економічної безпеки держави / Р. В. Волощук // Індуктивне моделювання складних систем. – 2017. – Вип. 9. – С. 38–50.

40. Воротіна Л. І. Можливості збереження підприємств сектору малого бізнесу економіки України [Електронний ресурс] / Л. І. Воротіна. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.

41. Геоекономічні інтереси в системі глобального управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.02 / А. О. Остапок. – Київ, 2015. – 18 с.

42. Герасименко А. Г. The methodology of competition assessment / А. Г. Герасименко, Ю. І. Боровик, С. В. Афендікова // Економічний часопис XXI ст. – № 165 (5–6). – 2017. – С. 52–55.

43. Герчикова И. Н. Маркетинг и международное коммерческое дело / И. Н. Герчикова. – М. : Внешггоргиздат, 1999. – 263 с.

44. Герчиков В. Миссия организации и особенности политики управления персоналом [Электронный ресурс] / В. Герчиков. – Режим доступа: <http://www.hr-portal.ru/article/missiya-organizatsii-i-osobennosti-politiki-upravleniya>

45. Гершкович Б. Я. Экономические интересы и их реализация : материалы спец. курса / Б. Я. Гершкович. – Пятигорск : ПГЛУ, 1999. – 181 с.

46. Гладченко Т. М. Науково-методичні основи створення механізму державного управління і регулювання системи безпеки підприємницької діяльності : регіональний аспект : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / Т. М. Гладченко. – Донецьк, 2004. – 20 с.

47. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 1998. – 416 с.

48. Гордеева Т. Ф. Интенсивність міжнародної торгівлі як індикатор ступеня міжнародної торговельної інтеграції / Т. Ф. Гордеева // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2017. – Вип. 27 (1). – С. 27–32.

49. Гордон Я. Маркетинг партнерских отношений / Я. Гордон ; пер. с англ. под. ред. О. А. Третьяк. – СПб. : Питер, 2001. – 384 с.

50. Грибіненко О. М. Міжнародна економічна безпека: детермінанти та складові розвитку/ О. М. Грибіненко // Економіка та держава. – 2019. – № 12. – С. 121–126.

51. Гриценко А. А. Наука и искусство институционального строительства / А. А. Гриценко // Институциональна архітектоніка та механізми економічного розвитку : матеріали наук. симпозиуму. – Харків : ХНУ, 2005. – С. 20–31.

52. Громова О. Є. Маркетинговий підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства / О. Є. Громова // Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України : зб. наук. пр. VII Міжнар. наук.-практ. конф. – Вінниця : РВВ ВТЕІ КНТЕУ, 2019. – Ч. 3. – С. 109–116.

53. Громова О. Є. Маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів / О. Є. Громова, М. В. Олійник // Розвиток фінансово-економічного становища на різних рівнях управління: підприємство, регіон, держава : Міжнар. наук.-практ. конф. Наукова економічна організація «Перспектива». – Дніпро, 18.04.20. – С. 34–37.

54. Гросул В. А. Комплексне оцінювання адаптаційного потенціалу в системі адаптивного управління підприємств торгівлі / В. А. Гросул, О. А. Круглова, О. Д. Рачкован // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – № 1. – С. 213–222.

55. Давидова І. О. Економічні закони в умовах мережної економічної діяльності / І. О. Давидова // Бізнес-Інформ. – 2015. – № 5. – С. 203–207.

56. Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2006. – 864 с.

57. Делягин М. Г. Мировой кризис: общая теория глобализации: курс лекцій / М. Г. Делягин. – 3-е изд., перераб и доп. – М. : Инфра-М, 2003. – 333 с.

58. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

59. Державна установа «Офіс з просування експорту України» / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=6996bf6e-6f60-492b-bbaa-2852fdc75a3f&title=DerzhavnaUstanovaofisZProsuvanniaEksportuUkraini>.

60. Детермінанти соціально-економічного розвитку підприємств : монографія / за наук. ред. Є. В. Мішеніна. – Харків : Діса Плюс, 2013. – Вип. 2. – 444 с.

61. Дозволи [Електронний ресурс] // Міністерство інфраструктури України. – 2020. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/timeline/Dozvoli.html>

62. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратеги / П. Дойль, Ф. Штерн ; пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб : Питер, 2007. – 544 с.

63. Долгоруков А. М. Стратегическое искусство: целеполагание в бизнесе, разработка стратегем [Электронный ресурс] / А. М. Долгоруков. – 2004. – Режим доступа: <http://www.i-u.ru/biblio/archive/dolgorukovstrategicheskoe/default.aspx>

64. Дробот С. А. Сутність детермінантів розвитку та їх класифікація / С. А. Дробот // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – Вип. 22 (1). – С. 97–100. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_22\(1\)_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_22(1)_22)

65. Дружкіна М. А. Эффективность управления экспортным потенциалом предприятия : автореф. дис. ... канд. экон. наук / М. А. Дружкіна. – Екатеринбург, 2008. – 19 с.

66. Дубков С. В. Интерактивная модель формирования стратегии инновационного развития экспортноориентированных предприятий / С. В. Дубков // Банкаўскі веснік. – 2014. – № 6. – С. 30–36.

67. Дубков С. В. Модели и методы обеспечения устойчивости инновационного развития экспортоориентированных предприятий : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.13; 08.00.05 / С. В. Дубков. – М., 2015. – 25 с.

68. Дубков С. В. Модели и методы устойчивого инновационного развития экспортоориентированных предприятий : монография / С. В. Дубков. – Минск : Белпринт, 2014. – 243 с.

69. Економічна безпека: визначення основних складових та інтегрального показника (довідна записка). – Донецьк : Ін-т економіки промисловості НАН України, 2005. – 25 с.

70. Економічна теорія. Політекономія: підручник / за ред. В. Д. Базилевича / В. Д. Базилевич. – 9-те вид., допов. – Київ : Знання, 2014. – 710 с.

71. Економічний аналіз і актуальні тенденції: прогноз на 2018-2020 роки [Електронний ресурс] / Міжнародний центр перспективних досліджень. – 2018. – Режим доступу: <http://icps.com.ua/schomisyachnyybyulet-en-ekonomichnyu-analiz-i-aktualni-tendentsiyi-prohnoz-na-2018-2020-roky-hruden-osnovni-ekonomichnipokaznyky>

72. Експортна стратегія розвитку України упродовж 2017–2021 рр. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=0263b026-f1e7-4ff2-a147-77233b1dd17f&tag=EksportnaStrategiiaUkraini>.

73. Експортно-кредитне агентство (ЕКА) / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/MoreDetails?lang=uk-UA&id=6ae94da1-5155-4ee7-a3d2-f75ac0ad1345&title=Eksportno/kreditneAgentstvo-eka->.

74. Емельянов Е. Н. Ваша миссия. Организационное развитие / Е. Н. Емельянов, С. Е. Поварнищина. – М. : Процесс Консалтинг, 1997. – 105 с.

75. Єгупов Ю. А. Параметри виробничої програми сучасного промислового підприємства / Ю. А. Єгупов // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 7 (169). – С. 134–147.

76. Єпішкіна О. В. Вдосконалення економічних механізмів експортної орієнтації використання ресурсного потенціалу агропромислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.04 / О. В. Єпішкіна. – Сімферополь, 2007. – 20 с.

77. Єріна А. М. Міжнародні рейтинги: статистичні аспекти обчислення та застосування. Ч. II. Індекси інноваційного та людського розвитку / А. М. Єріна // Статистика України. – 2016. – № 4. – С. 66–75.

78. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави : монографія / Я. А. Жаліло. – Київ : НІСД, 2009. – 336 с.

79. Журавлев П. В. Одноминутный менеджер и жизненное равновесие / В. П. Журавлев, Д. Эдингтон, К. М. Бланшар. – М. : Попурри, 2002. – 143 с.

80. Завтур Д. О. Перспективи розвитку експортоорієнтованої стратегії підприємств [Електронний ресурс] / Д. О. Завтур. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/36362/33-Zavtur.pdf?sequence=1>

81. Загашвили В. Национальная экономическая безопасность. [Электронный ресурс] / В. Загашвили. – Режим доступа: http://ec/socman.hse.ru/data/940/812/1219/002_Zagashvili.pdf; Waltz K. N. Економічна спадщина К. Маркса: погляд через призму століть : зб. матеріалів Всеукр. круглого столу (25 квітня 2018 р.). – Київ : КНЕУ, 2018. – 232 с.

82. Захаров В. К. Перспективи участі України в євразійському інтеграційному процесі / В. К. Захаров // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2013. – № 6. – С. 38–47.

83. Зверяков М. І. Глобалізація і деіндустріалізація: зміст, суперечності та способи їх розв'язання / М. І. Зверяков // Економіка України. – 2017. – № 11. – С. 3–16.

84. Зинченко Н. В. Особливості інтеграційних процесів в АПК [Електронний ресурс] / Н. В. Зинченко // Проблемы материальной культуры. Экономические науки. – Режим доступу: <http://ladyfacts.xyz/rizne/197494-shho-take integracija.html>

85. Зовнішньоекономічна діяльність: підприємство–регіон : моно-графія / Ю. Г. Козак, Н. В. Притула, О. А. Єрмакова та ін. – Київ : ЦУЛ, 2016. – 240 с.

86. Зовнішньоторговельний баланс України у 2018–2019 рр. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

87. Зыбарев М. В. Экономическая безопасность / М. В. Зыбарев Издательство орского гуманитарного института. – 2010. – С. 259.

88. Ибрагимов Р. Маркетинговый анализ развития предприятия: глобальный поход / Р. Ибрагимов // Маркетинг. – 2004. – № 4. – С. 35–46.

89. Иванов М. А. Организация как ваш инструмент: менталитет и практика бизнеса / А. М. Иванов, Д. М. Шустерман. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 379 с.

90. Иванов Л. Технічні бар'єри у міжнародній торгівлі / Л. Иванов, Д. Янушкевич // Зовнішня торгівля : економіка, фінанси, право. – 2016. – № 2 (85). – С. 15–31.

91. Иванюта, Т. М. Економічна безпека підприємства : навч. посіб. / Т. М. Иванюта, А. О. Заїчковський. – Київ : ЦУЛ, 2007. – 256 с.

92. Ільєнко О. В. Розвиток понятійно-категоріального апарату теорії «міжнародна економічна безпека» [Електронний ресурс] / О. В. Ільєнко // Економічний аналіз. – 2012. – Вип. 11, ч. 4. – С. 83–87. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esan_2012_11\(4\)_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esan_2012_11(4)_18).

93. Історія економічних учень : підручник : У 2 ч. Ч. 1 / за ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид., випр. – Київ : Знання, 2005. – 567 с.

94. Калюжна Н. Г. Трансформація методичних підходів до оцінювання економічної безпеки України / Н. Г. Калюжна, І. Г. Барон // Бізнес Інформ. – 2018. – № 11. – С. 22–27.

95. Канке В. А. Этика ответственности. Теория морали будущего / В. А. Канке. – М. : Логос, 2003. – 352 с.

96. Карпенко А. С. Моделирование поведения экспортоориентованного предприятия в условиях нелинейности внешнего окружения : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.11 / А. С. Карпенко. – Харків, 2014. – 20 с.

97. Карпенко О. І. Ієрархія рівнів та структурні компоненти економічної безпеки в сучасних умовах просторової структури світового господарства / О. І. Карпенко // Напрями та сучасні фактори розвитку міжнародних відносин: економічні та політичні аспекти : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 7–8 грудня 2018 р. – Ужгород, 2018. С. 29–31.

98. Кемпбел Д. Стратегический менеджмент / Д. Кемпбел, Дж. Стоунхаус, Б. Хьюстон ; пер. с англ. Н.И. Алмазовой. – М. : ООО «Издательство Проспект», 2003. – 336 с.

99. Киреев А. П. Международная экономика. В 2 ч. Ч. 1. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства : учеб. пособ. / А. П. Киреев. – М. : Международные отношения, 2002. – 416 с.

100. Кібальник Л. О. Економічні інтереси в системі геоекономіки / Л. О. Кібальник // Сталій розвиток економіки. – 2013. – № 1. – С. 38–42.

101. Кіндрацька Г. І. Основи стратегічного менеджменту : навч. посіб. / Г. І. Кіндрацька. – Львів : Кінпатрі ЛТД, 2000. – 264 с.

102. Коврига С. Детермінанти політичного простору / С. Коврига // Соціогуманітарні проблеми людини. – 2010. – № 4. – С. 164–171.

103. Ковтун О. І. Стратегія підприємства : навч. посіб. / О. І. Ковтун. – Львів : Новий світ – 2000, 2006. – 388 с.

104. Козьменко С. М. Стратегічний менеджмент банку : навч. посіб. / С. М. Козьменко, Ф. І. Шпиг, І. В. Волошко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 734 с.

105. Колесніков Б. Співвідношення понять «ціле покладання», «планування» і «прогнозування» в державному управлінні [Елект-

ронний ресурс] / Б. Колесніков, О. Сасенко // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2013. – Вип. 3. – С. 13–19. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/dums_2013_3_4

106. Колупаев В. А. Формирование концепции национальной экономической безопасности в зарубежных странах / В. А. Колупаев // Белорусская экономика: анализ: прогноз, регулирование. – Минск, 2002. – № 12. – С. 2–9.

107. Концептуальні засади становлення інноваційного суспільства в Україні : монографія / Г. П. Клімова, С. М. Іванов, Л. С. Шевченко та ін. ; за ред. Ю. Є. Атаманової, Г. П. Клімової. – Харків : Право, 2015. – 452 с.

108. Копчан Ч. А. Концерни, коллективная безопасность и будущее Европы / А. Чарльз, Копчан та Клиффорд Колгани // International Security. – 1991. – Т. 16. № 1.

109. Коренная К. А. Информационно-ресурсное обеспечение управления промышленными предприятиями на основе прогнозно-адаптивного подхода / К. А. Коренная, О. В. Логиновский, А. А. Максимов // Информационные ресурсы России. – 2012. – № 2. – С. 16–20.

110. Коренная К. А. Математическая модель оптимизации работы экспортно-ориентированного предприятия в условиях мировой финансово-экономической нестабильности / К. А. Коренная, О. В. Логиновский, А. А. Максимов // Вестник ЮУрГУ. Компьютерные технологии, управление, радиоэлектроника. – 2012. – № 23 (282). – С. 112–117.

111. Корпоративна культура / за заг. ред. Г. Л. Хагта. – Київ : Центр навч. л-ри, 2003. – 403 с.

112. Косік А. Ф. Мікроекономіка : навч. посіб. / А. Ф. Косік, Г. Е. Гронтковська. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : ЦУЛ, 2008. – 436 с.

113. Костенко Г. Предмет і зміст теорії воєнної безпеки / Г. Костенко // Військо України. – 1995. – № 1–2. – С. 7–11.

114. Котлер Ф. Маркетинг Менеджмент / Ф. Котлер. – 2-ге вид. – Київ : Фенікс, 2009. – 896 с.

115. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1998. – 896 с.

116. Кочнев А. Ф. Целеполагание как ключевая проблема менеджмента [Электронный ресурс] / А. Ф. Кочнев // В поисках смысла. – М., 2011. – Режим доступа: <http://kochnev-a-f.livejournal.com/23783.html>.

117. Кретов И. И. Организация маркетинга на предприятии : практ. пособ. / И. И. Кретов. – М. : Юристъ, 2001. – 96 с.

118. Кривов'язюк І. В. Феномен часу в розвитку економічних систем / І. В. Кривов'язюк // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8 (158). – С. 24–28.

119. Крикавський Є. В. Промислові ланцюги поставок: між ефективністю та відповідальністю / Є. В. Крикавський // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 5 (179). – С. 30–41.
120. Крыловский А. Б. Экономические интересы и стимулирование в системе инвестиционных отношений : дис. ... канд. экон. наук / А. Б. Крыловский. – Пятигорск, 2004. – 184 с.
121. Кузьмін О. Є. Сутність місії організації як ключової категорії менеджменту / О. Є. Кузьмін, Х. С. Передало // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 682. – С. 3–10.
122. Куканина Кикади Серж. Оценка локального экспортного потенциала промышленных предприятий развивающихся стран / Куканина Кикади Серж, Н. С. Рычихина // Экономика и предпринимательство. – № 2. – М., 2014. – С. 34–40.
123. Кукоба В. П. Вартісний аналіз функцій управління при проектуванні систем менеджменту підприємств / В. П. Кукоба // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 4 (130). – С. 195–201.
124. Кукулка Ю. Проблемы теории международных отношений / Ю. Кукулка. – М. : Международные отношения, 1980. – 322 с.
125. Кулик Н. М. Технологія адаптації у системі управління підприємством / Н. М. Кулик, Т. М. Соколенко // Економічний аналіз : зб. наук. пр. – Тернопіль : Економічна думка, 2013. – Т. 14, № 3. – С. 96–100.
126. Лещук В. П. Умови переходу на процесне управління промисловими підприємствами в новій економіці / В. П. Лещук // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 6 (168). – С. 34–38.
127. Литвак Б. Г. Стратегический менеджмент / Б. Г. Литвак. – М. : Юрайт, 2013. – 507 с.
128. Лігоненко Л. Оцінка інноваційності економіки України в міждержавних рейтингах / Л. Лігоненко // Вісник КНТЕУ. – 2012. – № 3. – С. 5–22.
129. Лопатинський Ю. М. Детермінанти сталого розвитку аграрних підприємств : монографія / Ю. М. Лопатинський, С. І. Годорюк. – Чернівці, 2015. – 219 с.
130. Макроекономіка : навч. посіб. / за заг. ред. П. Ю. Буряка та О. Г. Гупала. – 2-ге вид., перероб. та допов. – Київ : Хай-Тек Прес, 2011. – 420 с.
131. Макроекономіка : практикум : навч. посіб. / В. Д. Базилевич, К. С. Базилевич, Л. О. Баластрик ; за ред. В. Д. Базилевича. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Київ : Знання, 2010. – 550 с.
132. Мальський М. З. Теорія міжнародних відносин : підручник / М. З. Мальський, М. М. Мацях. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Київ : Знання, 2007. – 461 с.

133. Маматова Л. Ш. Развитие инновационной деятельности Украины в международном контексте / Л. Ш. Маматова // Reporter of the priazovskyi state technical university Section: Economic sciences. – 2018, – Issue 36. – С. 279–291.

134. Маркетинг для экспортоориентированных организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://che-link.com/index.php?option=com_content&view=article&id=874:2013-02-26-06-16-11&catid=55:2013&Itemid=114

135. Маркетинг: ваши вопросы и ответы экспертов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gam.comch.ru/>

136. Математика, измерение и психофизика // Экспериментальная психология / под ред. С. С. Стивенса ; пер. с англ. под ред. П. К. Анахина, В. А. Артемова. – М. : Иностранная литература, 1960, – Т. 1. – С. 19–92.

137. Международная экономическая безопасность (доклад Генерального секретаря ООН) A/44/217, E/1989/56, 12.04.1989 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://digitallibrary.un.org/record/63732/files/A_44_217_E_1989_56-RU.pdf

138. Международные транспортные коридоры на евразийском пространстве: развитие широтных маршрутов: информационно-аналитический обзор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://index/1520.com/upload/medialibrary/954/_-RU.pdf

139. Мельник К. М. Управління конкурентними позиціями підприємства: сутність та взаємозв'язок основних категорій [Електронний ресурс] / К. М. Мельник. – Режим доступа: <http://www/kneu.edu.ua>.

140. Мельник О. Г. Теоретичне обґрунтування інноваційної ви-робничої функції та її інтерпретація / О. Г. Мельник // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 12 (138). – С. 16–23.

141. Методика прогнозування надходжень податку на додану вартість [Електронний ресурс] : наказ Мінфіну України, Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України, Державної податкової адміністрації України, Державної митної служби України від 31.08.2004 № 545/315/502/637. – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1202-04>

142. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України [Електронний ресурс] : наказ Мінекономіки України № 60 від 2.03.2007 р. – Режим доступа: me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id

143. Митний індекс України [Електронний ресурс] // Логістика в Україні: новини, аналітика, дослідження. – 2020. – Режим доступа: <https://logistics-ukraine.com/>.

144. Митяков Е. С. Адаптивный подход к вычислению обобщенного индекса экономической безопасности / Е. С. Митяков, С. Н. Митяков // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2. – С. 415–421.

145. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посіб. / В. П. Галушко, Н. Є. Голомша, О. М. Файчук, О. В. Файчук. – Київ : НУБіП України, 2016. – 447 с.

146. Наукова та інноваційна діяльність України : стат. зб. / відп. за вип. М. С. Кузнєцова. – 2019. – Київ : Державна служба статистики України. – 100 с.

147. Нивен Пол Р. Сбалансированная система показателей – шаг за шагом: максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов / Пол Р. Нивен ; пер. с англ. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. – 328 с.

148. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. – М. : Начала, 1997.

149. Нянько В. М. Особливості розвитку інноваційного маркетингу на підприємстві / В. М. Нянько, В. А. Паляниця // Інноваційна економіка. – 2013. – № 6. – С. 212–217.

150. Овчаренко Є. І. Можливості використання інструментарію штучного інтелекту при узгодженні цілей у системі економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / Є. І. Овчаренко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 345–350. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2014_12_50.

151. Орлова К. Є. Формування організаційно-економічного механізму адаптації промислових підприємств до зовнішнього середовища / К. Є. Орлова // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. – 2015. – Вип. 2. – С. 238–250.

152. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Харків : Право, 2008. – 448 с.

153. Осовська Г. В. Менеджмент організацій : навч. посіб. / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – Київ : Кондор, 2007. – 676 с.

154. Офіційний сайт Європейської комісії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>.

155. Офіційний сайт фірми «Beri» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.beri.com/qlm.asp>

156. Павлова О. В. Система управління конкурентоспроможністю продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування / О. В. Павлова // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. – 2007. – Вип. 11. – С. 261–267.

157. Пашкевич М. С. Диверсифікація діяльності вугледобувних підприємств в контексті розвитку депресивних регіонів України /

М. С. Пашкевич // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2011. – № 3. – С. 11–17.

158. Пашкевич М. С. Класифікація типів розвитку регіонів для прийняття ефективних регулюючих рішень / М. С. Пашкевич // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки». – 2012. – № 4 (190), т. 1. – С. 181–186.

159. Перспективи українсько-російських відносин (Концептуальні підходи і практичні кроки) Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова [Електронний ресурс] // Національна безпека і оборона. – 2015. – № 8–9. – С. 2–21. – Режим доступу: http://razumkov.org.ua/uploads/journal/ukr/NSD157-158_/2015_ukr.pdf

160. Перспективы развития в мировой экономике: спад в обрабатывающей промышленности, рост торговых барьеров [Электронный ресурс] // Международный валютный фонд. – 2019. – Режим доступу: https://unctad.org/system/files/official-document/rmt2018_ru.pdf

161. Петрицька О. С. Організаційні аспекти маркетингового забезпечення діяльності підприємств легкої промисловості / О. С. Петрицька // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 684. – С. 162–165.

162. Петрушенко Ю. М. Мікроекономіка: теорія та приклади розв'язування задач : навч. посіб. / Ю. М. Петрушенко. – Суми : Університетська книга, 2017. – 320 с.

163. Писарюк С. Н. Влияние факторов микросреды на эффективность деятельности сетевых предприятий розничной торговли / С. Н. Писарюк // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 1 (175). – С. 119–128.

164. Питання утворення Експортно-кредитного агентства [Електронний ресурс] : постанова КМУ від 07.02.2018, № 65. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/65-2018-%D0%BF>.

165. Побоченко Л. М. Вплив інноваційного середовища на конкурентоспроможність економіки України / Л. М. Побоченко // Стратегія розвитку України. – 2019. – №2. – С. 73–80.

166. Полозова Т. В. Дослідження дефініції поняття «інноваційно-інвестиційна спроможність підприємства» [Електронний ресурс] / Т. В. Полозова // Інноваційна економіка. – 2014. – № 6. – С. 103–107. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/inek_2014_6_20.pdf.

167. Портер Майкл. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 453 с.

168. Пригожин А. И. Цели и ценности. Новые методы работы с будущим / А. И. Пригожин. – М. : Дело АНХ, 2010. – 432 с.

169. Пригожин А. И. Цели организаций: стереотипы и проблемы / А. И. Пригожин // *Обществ. науки и современность*. – 2001. – № 2. – С. 5–19.

170. Прищепенко М. В. Ценность услуги как парадигма стратегии развития / М. В. Прищепенко, 2005. – № 2. – С. 109–118.

171. Про внутрішній водний транспорт [Електронний ресурс] : закон України від 03.12.2020, № 1054–ІХ. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1054-IX#Text>

172. Про забезпечення масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту [Електронний ресурс] : закон України від 20.12.2016, № 1792–VIII. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1792-19>.

173. Про зовнішньоекономічну діяльність [Електронний ресурс] : закон України № 959–XII від 16.04.91., зі змінами та допов. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

174. Про національну безпеку України» [Електронний ресурс] : закон України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19>

175. Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі [Електронний ресурс] : розпорядж. КМУ від 27.12.2017, № 1017-р. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-eksportnoyi-strategiyi-ukrayini-dorozhnoyi-karti-strategichnogo-rozvitku-torgivli-na-20172021-roki>.

176. Про утворення Державної установи «Офіс з просування експорту України» та затвердження Положення про Державну установу «Офіс з просування експорту України» [Електронний ресурс] : наказ Мінекономрозвитку від 23.06.2018, № 864. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=eb188806-3716-41f4-8d43-8ea25fc23e24&tag=DerzhavnaUstanovaofisZProsvannia/Ekspo/rtuUkrainiNor/mativnopravoviDokumenti>.

177. Про утворення Ради з міжнародної торгівлі [Електронний ресурс] : постанова КМУ від 04.07.2017, № 455. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/455-2017-%D0%BF>.

178. Пунин Б. И. Маркетинг, менеджмент и ценообразование на предприятиях (в условиях рыночной экономики) / Б. И. Пунин. – М. : Международные отношения, 1997. – 112 с.

179. Рада з міжнародної торгівлі / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=b726b71b-cdcc-4714-9866-dc154d91d259&tag=RadaZMizhnarodnoiTorgivli>

180. Расвнева О. В. Моделирование поведения экспортоориентированного предприятия : монография / О. В. Расвнева, А. С. Карпенко. – Харьков : ИНЖЕК, 2014. – 378 с.

181. Расвнева О. В. Формирование спектра управленческих влияний щодо зміни поведінки промислового підприємства / О. В. Расвнева, А. С. Карпенко // Бизнес-Информ. – 2013. – С. 65–70.

182. Резніченко Д. В. Категоріальний апарат конкурентоспроможності соціально-економічної системи / Д. В. Резніченко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 8. – С. 171–175.

183. Рекун І. Економічна безпека як об'єктивне явище ринкової економіки / І. Рекун // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. – 2015. – Вип. 12, ч. 2. – С. 108–112.

184. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции / Дж. Робинсон ; пер. с англ. – М. : Самиздат, 1986. – 468 с.

185. Розробка національної програми забезпечення економічної безпеки на період до 2005 року : звіт про НДР // Інститут економічного прогнозування НАН України. – 2000 – 43 с.

186. Румянцев А. П. Міжнародні економічні інтереси регіону / А. П. Румянцев // «Управление социально-экономическим развитием регионов Украины и АР Крым» : материалы Всеукр. межвуз. науч.-практ. конф. (Симферополь, 17 мая 2002). – Симферополь, 2002. – С. 65–66.

187. Сакалош Т. В. Експортоспроможність підприємств радіоелектронної галузі України / Т. В. Сакалош // Наукові вісті НТУУ «КПІ». – 2009. – № 5. – С. 11–22.

188. Самойленко Ю. Економічна безпека України: правовий аспект [Електронний ресурс] / Ю. Самойленко, М. Григорчук // Віче. – 2013. – № 13. – Вересень. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/3838/>

189. Самуэльсон П. А. Экономика / П. А. Самуэльсон ; пер. с англ. – Севастополь : Ахтиар, 1995. – 384 с.

190. Санталайнен Т. Управление по результатам / Т. Санталайнен, Э. Воутилайнен, П. Поренне. – М. : Прогресс, 1988. – 320 с.

191. Сарсембекова С. Е. Экспортоориентированные производства в системе мирохозяйственных связей: вопросы теории и практики : учеб. пособ. / С. Е. Сарсембекова. – Павлодар, 2004. – 108 с.

192. Світовій економіці загрожує нова Велика депресія – голова МВФ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/01/20/656032/>

193. Серета А. С. Формування концептуальної моделі управління поведінкою експортоорієнтованого підприємства / А. С. Серета // Бизнес-Информ. – 2012. – № 6. – С. 213–219.

194. Синк Д. С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Д. С. Синк ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1989. – 258 с.

195. Склярова И. Миссия выполнима [Электронный ресурс] / И. Склярова. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/boss/2002-02/18.shtml>

196. Скорук О. В. Економічна безпека держави: сутність, складові елементи та проблеми забезпечення / О. В. Сухорук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 6. – Ч. III. – С. 39–42.

197. Смерек В. Я. Ищем миссию для компании [Электронный ресурс] / В. Я. Смерек. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_15/article_3651/30. – (Ч. 1. Что такое миссия и кому она нужна?).

198. Статистичний збірник «Зовнішня торгівля України» / за ред. А. Фризоренка. – Київ : Державна служба статистики України. – 2018 р. – 86 с.

199. Степанов Ю. С. Концепты: Тонкая пленка цивилизации / Ю. С. Степанов. – М. : Языки славян. культуры, 2007. – 248 с.

200. Степашко В. С. Моделі розрахунку інтегрального індексу для груп первинних економічних показників / В. С. Степашко, І. М. Мельник, Т. К. Кваша, Р. В. Волощук // Науково-технічна інформація. – 2005. – № 2 (24). – С. 8–12.

201. Степашко В. С. Определение интегральных индексов для оценивания экономической безопасности государства : монография / В. С. Степашко, И. М. Мельник, Т. К. Кваша // Экономическая безопасность и информационно-технологические аспекты ее обеспечения ; под ред. И. В. Недина. – Київ : Знання України, 2005. – С. 472–482.

202. Стратегический менеджмент: Стандарт третьего поколения / под ред. А. Н. Петрова. – СПб. : Питер, 2015. – 400 с.

203. Струк О. І. Експортоорієнтовані стратегії економічного розвитку у світовій економіці : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02 / О.І. Струк. – Львів, 2016. – 20 с.

204. Структура зовнішньої торгівлі товарами в Україні за 2009–2018 роки [Електронний ресурс] : офіц. сайт Державної статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

205. Структурні фонди та Фонд гуртування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Структурні_фонди_та_Фонд_гуртування.

206. Сухоруков А. І. Щодо методології комплексного оцінювання складників економічної безпеки держави / А. І. Сухоруков, Ю. М. Харазішвілі // Стратегічні пріоритети. – 2013. – № 3. – С. 5–15.

207. Сухорукова А. І. Методичні рекомендації щодо оцінки рівня економічної безпеки України / А. І. Сухорукова. – Київ : НППМБ, 2003. – 64 с.

208. Тайм-менеджмент : учеб. пособ. / Г. А. Архангельский, М. А. Лукашенко, С. В. Бехтерев, Т. В. Телегина ; под. ред. Г.А. Архангельского. – М. : Маркет ДС, 2010. – 288 с.

209. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика / Н. П. Тарнавська. – Тернопіль : Економічна думка, 2008. – 570 с.

210. Теорія керування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Теорія_керування.

211. Теребова С. В. Изучение готовности экспортно-ориентированных малых и средних предприятий Вологодской области к деятельности в условиях повышения конкуренции при присоединении России к ВТО [Электронный ресурс] / С. В. Теребова, В. С. Усков, Д. И. Панин. – Вологда, 2012. – 157 с. – Режим доступу: <http://www.my-tender.ru/#!/tenders/0130200002412001373>

212. Тітаренко Г. Б. Інституціональні інструменти створення ефективної національної інноваційної системи України / Г. Б. Тітаренко // Науковий вісник Національного університету ДПС України. – 2014. – № 1 (64). – С. 70–76.

213. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : пер. с англ. под ред. Л. Г. Зайцева / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

214. Траченко Л. А. Системи управління якістю підприємств сфери інжинірингу: монографія / Л. А. Траченко. – Одеса : ОНЕУ, 2019. – 378 с.

215. Тренев Н. Н. Стратегическое управление : учеб. пособ. / Н. Н. Тренев. – М. : ПРИОР, 2002. – 288 с.

216. Три рушійні сили. Як змінити українську економіку? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://antikor.com.ua/articles/54428-tri_rushijni_sili_k_zminiti_ukrajinsjku_ekonomiku

217. Тян Р. Б. Планування діяльності підприємства : навч. посіб. – Київ : МАУП, 1998. – 156 с.

218. Україна в системі міжнародної безпеки : монографія / Національний інститут проблем міжнародної безпеки. – Київ : НППМБ, 2009. – 450 с.

219. Укрзалізниця» запроваджує пілотний проект приватної тяги [Електронний ресурс] // Перший аграрно-політичний сайт України. – 2020. – Режим доступу: <https://agropolit.com/news/15426-ukrzalznitsya-zaprovadjuye-pilotnyi-proekt-privatnoyi-tyagi>

220. Фейгин Г. Ф. Национальные экономики в эпоху глобализации: Перспективы России / Г. Ф. Фейгин. – СПб. : изд-во СПб ГУП, 2008. – 200 с.

221. Філлипова С. В. Оцінювання та аналіз конкурентоспроможності промислових підприємств як основні функції управління процесом її організаційно-економічного забезпечення / С. В. Філлипова // Вісник ЖДТУ. – 2010. – № 3 (53). – С. 110–115.

222. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса : монография / А. Н. Тищенко, Ю. Б. Иванов, Н. А. Кизим. – Харьков : ИНЖЭК, 2007. – 376 с.

223. Фугало Ю. Р. Дефініція інтеграції як чинника розвитку національної економіки / Ю. Р. Фугало // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Економіка. – 2016. – Вип. 1. – С. 76–80.

224. Харазішвілі Ю. М. Адаптивний підхід до визначення стратегічних орієнтирів економічної безпеки України / Ю. М. Харазішвілі, Є. В. Дронь // Економіка України. – 2014. – № 5. – С. 28–45.

225. Хмелевський О. В. Експорторієнтованість підприємства: сутність та особливості формування / О. В. Хмелевський // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 4, т. 2. – С. 47–53.

226. Холод В. В. Конкурентний статус підприємств: дефініція, модель розвитку, методика визначення [Електронний ресурс] / В. В. Холод. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_GumTiru/2011_32/Holod.pdf.

227. Целеполагание / Центр управления финансами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center>

228. Чемберлин Э. Х. Теория монополистической конкуренции / Э. Х. Чемберлин. – М. : Иностранная литература, 1959. – 180 с.

229. Чернега В. В. Конкурентоспроможність підприємств та механізми її забезпечення : монографія / В. В. Чернега ; відп. ред. О. Д. Гудзинський]. – Київ : ІПК ДСЗУ, 2008. – 235 с.

230. Чоссудовский М. Финансовая война [Электронный ресурс] / М. Чоссудовський. – Режим доступа: <http://www.savanne.chtusovka/u/pilot/financial-warfare.html>

231. Чугай О. М. Проблеми стратегічного розвитку експорторієнтованої політики підприємств [Електронний ресурс] / О. М. Чугай. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/SND/Economics/2_chugay.doc

232. Чухрай Н. І. оцінювання рівня ресурсного забезпечення розвитку машинобудівних підприємств Львівщини / Н. І. Чухрай, І. Я. Кулиняк, Л. Р. Прийма // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 12 (174). – С. 203–212.

233. Шагоян С. М. Аналіз підходів до визначення сутності економічної безпеки підприємства / С. М. Шагоян // Економіка в умовах глобалізації: проблеми, тенденції, перспективи : зб. матеріалів III міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. 2015. – С. 203–206.

234. Шагоян С. М. Концептуальні основи дослідження економічної безпеки країн / С. М. Шагоян // Вісник приазовського державного технічного університету. Серія Економічні науки. – 2018. – № 35. – С. 117–124.

235. Шегда А. В. Менеджмент : навч. посіб. / А. В. Шегда. – Київ : Знання, 2002. – 583 с.

236. Шейн В. И. Корпоративный менеджмент: опыт России и США / В. И. Шейн, А. В. Жуплев, А. А. Володин. – М. : ЦАИЦ Типография «НОВОСТИ», 2000. – 280 с.

237. Шемаєва Л. Г. Забезпечення економічної безпеки підприємства на основі управління стратегічною взаємодією із суб'єктами зовнішнього середовища [Електронний ресурс] / Л. Г. Шемаєва // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2015. – № 3. – С. 19–33. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uprv_2015_3_5

238. Шлемко В. Т. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення / В. Т. Шлемко, І. Ф. Білько. – Київ : НІСД, 1997. – 144 с.; Мунтіян В. І. Економічна безпека України / В. І. Мунтіян. – Київ : КВІЦ, 1999. – 462 с.

239. Шталь Т. В. Міжнародна економічна діяльність України : курс лекцій / Т. В. Шталь, Ю. Б. Доброскок, О. О. Тищенко. – Харків : Форт, 2014. – 199 с.

240. Шумпетер И. Теория экономического развития / И. Шумпетер ; пер. с нем. В. С. Автономов и др. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.

241. Эванс Дж. Маркетинг / Дж. Эванс, Б. Берман. – М. : Экономика, 1993. – 335 с.

242. ЮНКТАД: обзор морского транспорта 2018 [Электронный ресурс]. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/rmt/2018_ru.pdf; ЮНКТАД: обзор морского транспорта 2020 (резюме) [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <https://unctad.org/system/files/official-document/>

243. Янковий В. О. Шкали вимірювання економічних ознак / В. О. Янковий // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики : матеріали 3-ї Міжнар. наук.-практ. конф. «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (18–19 вересня 2014 р.). – Одеса : Атлант, 2014. – С. 130–132.

244. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність як латентна ознака / О. Г. Янковий // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти

конкурентоспроможності підприємств : монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2017. – 514 с.

245. Яхонтова Е. С. Эффективные технологии управления персоналом / Е. С. Яхонтова. – СПб. : Питер. – 272 с.

246. Яценко Ю. Г. Особенности целеполагания проектной деятельности на разных уровнях зрелости бизнеса [Электронный ресурс] / Ю. Г. Яценко, С. И. Неизвестный // Управління розвитком складних систем. – 2011. – Вип. 8. – С. 75–84. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Urss_2011_8_18

247. About UNECE [Electronic resource]. – Mode of access: <https://unece.org/mission>

248. AMA Board Approves New Definition, «Marketing News» (March 1, 1985). – P. 1.

249. A Strong Britainian Age of Uncertainty: The National Security Strategy [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.official-documents.gov.uk>

250. Baldwin D. A. The concept of security [Electronic resource] / D. A. Baldwin // Review of International Studies / D. A. Baldwin. – 1997. – 23, 5–26. – Mode of access: [http://www.princeton.edu/~dbaldwin/selected%20articles/Baldwin%20\(1997\)](http://www.princeton.edu/~dbaldwin/selected%20articles/Baldwin%20(1997))

251. Becher K. «Soft security» with Russia after 11 September, The International Institute for Strategic Studies [Electronic resource] / K. Becher. – Mode of access: <http://www.iiss.org/publications/russia-regional-perspectives-journal/volume-1---issue-1/soft-security-with-russia-after-11-september>

252. Buzan B. People, States And Fear: The National Security Problem in International Relations / B. Buzan // Wheatsheaf Books, 1983. – 262 p.

253. Clark John Bates. The Distribution of Wealth: A Theory of Wages, Interest and Profits. New York: Macmillan [Electronic resource]. – 1908. – Режим доступу: <http://oll.libertyfund.org/titles/clark-the-distribution-of-wealth-a-theory-of-wages-interest-and-profits/>

254. Cyber Risk: Executive Summary [Electronic resource] // The Institute of Risk Management. – 2014. Mode of access: https://www.theirm.org/media/2612400/IRM_Cyber-Risk_Exec-Summ_A5_low-res.pdf

255. Euromoney country risk [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.euromoneycountryrisk.com/>

256. Evelyn L. Forget. The Social Economics of Jean-Baptiste Say: markets and virtue. Taylor & Francis Group. – 2002.

257. Fedulova L. Innovativeness of the economies of the EU and Ukraine: undertakings to narrow the gap / L. Fedulova // Економічний часопис XXI ст. – 2016. – № 156 (1–2). – С. 22–25.

258. Functions of the logistics division [Electronic resource] // Government of India, Ministry of Commerce and Industry, department of commerce. – 2020. – Mode of access: <https://commerce.gov.in/about-us/divisions/logistics-division/logistics/>

259. Global-Risks-Report-2019 [Electronic resource] // World Economic Forum. – Mode of access: <https://www.oliverwyman.com/content/dam/oliver-wyman/v2/publications/2019/January/Global-Risks-2019/Global-Risks-Report-2019.pdf>

260. Greer B. European economic security / B. Greer, St. Flanagan, F. Hampson // *Securing Europe's future*. – L., 1986. – P. 221–241.

261. Grybinenko Olga Innovation activity priority selection system of enterprises / O. Grybinenko // *International Collection of scientific proceedings «European Cooperation»*. – 2017. – № 2 (21). – P. 42–51.

262. Haldane A. A new approach to assessing risks to financial stability [Electronic resource] / A. Haldane, S. Hall, S. Pezzini. – April, 2007. – Mode of access: <https://www.bankofengland.co.uk/financial-stability-paper/2007/a-new-approach-to-assessing-risks-to-financial-stability>

263. Hans J. Morgentau. *Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace* / J. Hans. – [Third Edition]. – New York, 1961. – Pp. 4–15.

264. Hartwick J. Intergenerational equity and the investing of rents from exhaustible resources / J. Hartwick // *American Economic Review*, 1977. – № 67 (5). – P. 972–974.

265. Holsti K. Politics in command: Foreign trade as national security policy / K. Holsti // *International organization*. – Madison. – 1986. – Vol. 40. – No 3. – P. 643–671.

266. Ilgen Th. *Autonomy and Independence: US – Western European monetary and trade relations, 1958–1984* / Th. Ilgen – Totowa (N.Y.). – 1985. – 166 p.

267. Influence of transformational economic processes on marketing management by an international diversified conglomerate enterprise. European / A. Tanasiichuk, O. Hromova, A. Abdullaieva, Y. Holovchuk, K. So-koliuk // *Journal of Sustainable Development*. Rome, Italy. 2019, 8, 3, 448–454.

268. Intermodal Transport in the Age of COVID-19 Practices, Initiatives and Responses. UNECE [Electronic resource]. – Mode of access: https://unece.org/sites/default/files/2021-02/2017694_E_web.pdf

269. International Civil Aviation Organization, *Civil Aviation Statistics of the World and ICAO staff estimates* [Electronic resource]. – Mode of access: <https://datacatalog.worldbank.org/public-licenses#cc-by>

270. International LPI [Electronic resource] // The World Bank Group. – 2018. – Mode of access: <https://lpi.worldbank.org/international>.

271. International Transport Infrastructure Observatory: UNECE [Electronic resource]. – Mode of access: <https://unece.org/international-transport-infrastructure-observatory>

272. Kondo Masashi. Alfred Marshall: labour and organisation: Two factors of production, Durham theses, Durham University // Masashi Kondo [Electronic resource]. – 1993. – Mode of access: <http://etheses.dur.ac.uk/5655/>.

273. Maull H. Raw materials, energy and Western security / H. Maull. – L., 1984. – P. 413.

274. Meffert H. Marketing: Grundlagen der Absatzpolitik; mit Fallstudien Einfuhrung und Relaunch des VW-Golf H. Meffert.-7, unbarbar.u.erw. Aufl., Nachdr. Wiesbaden: Gabler, 1991.

275. Murdoch C. Economic factors as objects of security: Economics security & vulnerability / K. Knorr, F. Trager // Economics interests & national security. – Lawrence. 2001. – 867 p.

276. Murdoch C. Economic factors as objects of security; Economics, security and vulnerability / C. Murdoch, F. Trager // Economic issues and national security. – Lawrence, 1977. – P. 67–98.

277. Ocepek A. Economic Security and the European Dream [Electronic resource] / A. Ocepek. – Mode of access: <http://www.anselm.edu/Documents/NHIOP/Global%20Topics/2010/Ocepepaper.pdf>

278. OECD Statistics: International Union of Railways (UIC) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org/indicator/IS.RRS.GOOD.MT.K6>

279. Olvey L. The economics of national security / L. Olvey, J. Dolden, R. Kelly. – N.Y. : Wayne, 1984. – 404 p.

280. Ralph S. Alexander (Chirman), Marketing Defenitions: A Glossary of Terms (Chicago: American Marketing Association), 1960. 678 p.

281. Report of the Working Party on Transport Trends and Economics on its thirty-third session: Economic Commission for Europe [Electronic resource]. – Mode of access: <https://unece.org/DAM/trans/doc/2020/wp5/ECE-TRANS-WP5-68e.pdf>

282. Roberts M. Transport Corridors and Their Wider Economic Benefits: A Critical Review of the Literature. Policy Research Working Paper. World bank group [Electronic resource]. – Mode of access: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29212/WPS8302.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

283. Serageldin I. and Grootaert C. Defining social capital: an integrating view, in: Social Capital. A Multifaceted Perspective. Washington, D.C.: World Bank, 2000.

284. Smirnov V. P. The genesis of the entrepreneurship theory at the classical and non-classical stages of science development / В. П. Смирнов / Економічний часопис 21 ст. – 2017. – № 164 (3–4). – С. 14–19.

285. Supply Chain and Transport [Electronic resource] // World Economic Forum. – 2017. – Mode of access: <https://intelligence.weforum.org/topics/a1Gb000000pTDoEAM?tab=publications>

286. Terms of reference of the Inland transport committee. UNECE [Electronic resource]. – Mode of access: <https://unece.org/terms-reference-7>

287. The Insecurity Dilemma: National, Regime, and State Securities in the Third World. Edited by Brian. London, Boulder: Lynne Rienner. – 1992. – 257 p.

288. The Role of the 4PL Lead Logistics Providers in Supply Chain Logistics Management [Electronic resource] // Global Trade Magazine. The Authority for US Companies Doing Business Globally. – 2020. – Mode of access: <https://www.globaltrademag.com/the-role-of-the-4pl-lead-logistics-providers-in-supply-chain-logistics-management/>.

289. Theory of international politics. "Neorealism and its critics" / K. N. Waltz. – New York, 1986. – Pp. 100–104.

290. Transportation and Logistics in a Changing World [Electronic resource] // Boston Consulting Group. – 2016. – Mode of access: <https://www.bcg.com/publications/2016/corporate-development-finance-value-creation-strategy-transportation-and-logistics-in-a-changing-worldn>

291. Union and Common Transit. Taxation and Customs Union [Electronic resource]. – Mode of access: https://ec.europa.eu/taxation/customs/business/customs-procedures/what-is-customs-transit/common-union-transit_en

292. Vanickova R. Production material requirements in material ordering / R. Vanickova // Економічний часопис XXI ст. – 2016. – № 156 (1–2). – С. 105–108.

293. Volcano Disrupts European Supply Chains. Supply Chain Risk Management [Electronic resource] // Logistics Viewpoints, Arc Advisory Group. – 2010. – Mode of access: <https://logisticsviewpoints.com/2010/04/22/volcano-disrupts-european-supply-chains/>

294. What kind of security? Preface by Federico Mayor. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Printed in UNESCO, 1998. – 155 p.

295. Xi'an-Dobra-Dunajska Streda train up and running [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.railfreight.com/railfreight/2020/09/25/xian-dobra-dunajska-streda-train-up-and-running/?gdpr/=accept>

296. Younkings Edward W. Jean-Baptiste Say's law of markets: A fundamental, conceptual, intergration // Edward W. Younkings [Electronic resource]. – Mode off access: <http://www.quebecoislibre.org/06/060212-4.htm>

297. Zięba R. Instytucjonalizacja bezpieczeństwa europejskiego [Electronic resource] / R. Zięba // Warszawa, Fundacja Studiów Międzynarodowych Scholar, 1999. – 406 p. – Mode of access: https://www.researchgate.net/publication/297734712_Instytucjonalizacja_bezpieczenstwa_europejskiego_koncepcje_-_struktury_-_funkcjonowanie_Institutionalisation_of_European_Security_Concepts_-_Structures_-_Functioning.

298. 3 years, 3 cyberattacks on major ocean carriers. How can shippers protect themselves? [Electronic resource] // Industry Dive, Inc. – 2020. – Mode of access: <https://www.supplychaindive.com/news/ocean-carrier-cybersecurity-maersk-msc-cosco/576754/>

ВИСНОВКИ

Розвиток підприємства, так само як і економіки в цілому, можливий тільки за умови створення об'єктивно потужного виробку, здатного в перспективі забезпечити конкурентоспроможність промисловим підприємствам. На цьому етапі розвитку економічних відносин використання механізму державно-приватного партнерства є чи не єдиним способом розбудови транспортно-логістичної інфраструктури України за умов обмеженого обсягу державного фінансування. Досвід країн Західної Європи довів, що на сучасному етапі розвиток транспортних систем залежать від розвитку транспортної інфраструктури. А для зміцнення позицій України на світовому ринку необхідне створення сучасної транспортної інфраструктури й організаційна перебудова всієї транспортної системи країни.

Враховуючи, що логістичний аутсорсинг за останнє десятиріччя набув популярності та широкого застосування вітчизняними підприємствами, його застосування може допомагати підприємствам розв'язувати проблеми функціонування й розвитку в ринкових умовах шляхом скорочення логістичних витрат, прискорення адаптації до умов зовнішнього середовища, поліпшення якості продукції та послуг, зменшення ризиків, оскільки дає змогу спростити організаційну структуру й організаційні процедури, оптимізувати структуру логістичних витрат і покращувати економічні результати, підвищувати маневреність внаслідок використання вивільненого потенціалу, концентруватися на стратегічних проблемах.

В результаті проведених досліджень встановлено, що великою проблемою, а також головним завданням для нашої країни виступає формування окремих підприємств з різними видами транспортних послуг у єдиний механізм мультимодальних перевезень у відповідності з новітніми тенденціями розвитку економічної та

транспортної систем. Адже, останнім часом механізм організації мультимодальних перевезень та його удосконалення виступає однією з важливих підсистем транспортної галузі, що сприяє стабільному розвитку економіки.

Доведено, що розвиток мультимодальних перевезень в Україні є перспективним напрямом формування ефективної транспортно-логістичної системи країни. Мультимодальні перевезення є сучасною концепцією транспортування вантажів, яка передбачає організаційно-технологічну взаємодію, синхронізацію та координацію всіх учасників ланцюга доставки з метою досягнення синергетичного ефекту перевізного процесу.

Визначено, що логістизація митних процедур в Україні триває. Поряд із недовершеністю законодавчої бази у цій сфері, однією з проблем залишається неготовність митної служби впровадити у життя продекларовані у нормативних актах, визнані більшістю країн світу принципи та стандарти митного регулювання, орієнтовані на збільшення привабливості прозорості та добросовісної зовнішньоекономічної діяльності через скорочення бюрократичних, часових, технологічних та матеріальних витрат суб'єктів ЗЕД (у т.ч. страхових виплат) при перетині вантажами кордону України, а також у небажанні самих суб'єктів сприймати митницю як партнера. Також підкреслено, що для розвитку на основі підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єктів господарювання необхідні умови, які повинні забезпечити системний розгляд питань перспектив розвитку підприємства з позицій маркетингу і логістики. Лише зважені інтегровані підходи до питань розвитку підприємства можуть забезпечити успіх при прийнятті відповідних логістичних рішень. Ці підходи повинні передбачати здійснення збалансованого переходу у діяльності підприємства на вирішення завдань його інноваційно-інвестиційного розвитку як на найближчу, так і на віддалену перспективу. З позицій логістики виробничого підприємництва важливо домагатися скорочення інноваційних та технологічних циклів, виробничих та транспортних процесів, а самі процеси розвитку об'єднань підприємств треба розглядати у нерозривному зв'язку із задоволенням потреб споживача. Все це вимагає розроблення нових та вдосконалення існуючих методів отримання, передавання, оброблення та використання інформації про потенціал споживачів та новітні інформаційні технології стосовно управління процесами розвитку як окремих підприємств, так і їхніх об'єднань.

Огляд та аналіз динаміки міжнародної торгівлі за останні роки, а також аналіз зовнішньої торгівлі України засвідчують, що темпи зростання торгівлі невинно зростають. Тому можна говорити про важливу ключову роль її в економічному розвитку світової економіки. Таким чином, зовнішня торгівля як чинник економічного розвитку відіграла і відіграє важливу роль у становленні та розвитку національних економік, економічна, соціальна та політична значимість яких неупинно зростає.

Авторами рекомендується, з метою правильного застосування норм митного законодавства передусім застосовувати норми Митного та Податкового кодексів України, а при застосуванні норм інших НПА перевіряти не лише їх чинність, а також і відповідність нормам вказаних кодексів, оскільки це впливає не лише на дотримання процедур митного контролю, митного оформлення, митних формальностей, а також на результати прийняття рішень судами під час розгляду адміністративних справ щодо митних спорів, оскільки у кожному з таких рішень міститься посилення на застосування норм діючих на момент виникнення спірних правовідносин (зокрема, щодо скасування рішення про коригування митної вартості товарів і картки відмови в прийнятті митної декларації, митному оформленні випуску чи пропуску товарів, транспортних засобів комерційного призначення тощо).

Проведені дослідження дають змогу зрозуміти те, що для побудови продуманої структури управління прибутковістю за умов розвитку зовнішньоторговельних відносин в рамках інтеграції та вимог ЗВТ+, для вітчизняних підприємств необхідно врахувати значну кількість особливостей теоретичних і методичних підходів, а також тих детермінант, які визначають аспекти адаптації їх мікросередовища до глобалізованих систем зовнішнього ринку. Перш за все, такі елементи стосуються вивчення можливостей отримання конкурентних переваг, формування інформаційної бази для знаходження потенційних партнерів на ринку ЄС, використання переваг законодавчої бази та інструментів гармонізованого технічного регулювання, впровадження інноваційних проектів, обмін досвідом з питань підвищення кваліфікації кадрів, ресурсозабезпечення, управління, діагностики та планування.

Для більшості промислових підприємств важливим є не тільки забезпечення набутого рівня конкурентоздатності продукції, а й її підвищення. Це вимагає використання в управлінні нових

підходів, зокрема й адаптивних механізмів та поліпшення організації маркетингової підсистеми. Розвиваючи маркетингову діяльність можна суттєво вплинути на систему управління ЗЕД господарюючого суб'єкта за умов розширення зовнішніх ринків збуту продукції. Вагомого змісту на сьогодні набуває визначення особливостей функціонування системи управління ЗЕД конкурентоздатних підприємств шляхом використання адаптивних систем розвитку маркетингу як функціональної складової управління підприємством.

Зміст

Передмова	3
------------------------	---

Розділ 1

Перспективи розвитку логістичних систем у глобальній економіці

1.1. Розбудова транспортно-логістичної інфраструктури країни на принципах державно-приватного партнерства: міжнародний досвід і вітчизняна практика.....	5
1.2. Розвиток логістичного аутсорсингу в Україні за умов глобалізації.....	19
1.3. Досвід Євросоюзу в стійкому розвитку транспортної інфраструктури, ключові критерії для України.....	36
1.4. Розвиток мультимодальних логістичних потоків: проблеми та перспективи.....	52
1.5. Митне, страхове та правове регулювання у логістичних системах.....	72
1.6. Маркетингово-логістичне забезпечення у підвищенні конкурентних переваг промислових підприємств.....	81

Розділ 2

Модернізація митного регулювання за умов поглиблення інтеграційних процесів

2.1. Сучасні аспекти митного регулювання та зовнішньоторговельної політики України в умовах світової глобалізації економіки.....	137
2.2. Нормативно-правове забезпечення митно-тарифного регулювання відносин.....	155
2.3. Теоретико-методологічні основи ефективного справляння митних платежів.....	167

Розділ 3**Міжнародні економічні відносини
у підвищенні конкурентоздатності, прибутковості
та адаптивності експортоорієнтованих підприємств**

3.1. Забезпечення стійкості економічної системи: міжнародний аспект.....	221
3.2. Активізація зовнішньоторговельних відносин в управлінні прибутковістю експортоорієнтованих підприємств	275
3.3. Експортоорієнтовані підприємства у розвитку міжнародних економічних відносин.....	303
3.4. Структура системи маркетингового адаптивного управління ЗЕД підприємств	334
3.5. Аналіз наукових поглядів у розвитку маркетингового управління виробничими системами.....	355
3.6. Організаційно-адміністративні аспекти функціонування міжнародних транспортних систем	371
3.7. Аналіз та оцінка розвитку логістичної інфраструктури в Україні.....	388
3.8. Інноваційна діяльність промислових підприємств в умовах інтеграційних перетворень	406
Висновки	442

Наукове видання

***Васильківський Дмитро Миколайович,
Нижник Віктор Михайлович,
Матюх Сергій Анатолійович
та ін.***

**МИТНЕ ТА ЛОГІСТИЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
В СИСТЕМІ
МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

Відповідальний за випуск: ***О. В. Матвіць***

Технічне редагування, коректування і верстка: ***О. В. Чопенко***

Оформлення обкладинки: ***О. В. Бобровський, О. В. Станіславова***

Підписано до друку 22.12.2020.

Формат 30×42/2. Папір офс. Гарн. Times New Roman.

Друк різнографією. Ум. друк. арк. – 26,13. Обл.-вид. арк. – 24,80.

Тираж 100. Зам. № 217/20

Віддруковано в редакційно-видавничому відділі ХНУ.

29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 7/1.

Свідоцтво про внесення в Державний реєстр, серія ДК № 4489 від 18.02.2013 р.