

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
(Україна)
Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України
(Україна)
Інститут проф. Жана-Урбана Санда
(Норвегія)
Університет ім. Фрідріха-Александра Ерланген-Нюрнберг
(Німеччина)
Казахський університет економіки, фінансів та міжнародної торгівлі
(Республіка Казахстан)
Варшавський технологічний університет «Варшавська політехніка»
(Польща)

**МАТЕРІАЛИ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ»**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліbermanу

**19 листопада 2021 року
м. Харків, Україна**

ББК 65.050

К 64

Рекомендовано на засіданні вченої ради Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (протокол № 5 від 03.11.2021 р.), вченої ради Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (протокол № 11 від 19.10.2021 р.)

Рецензенти: **Криворучко Оксана Миколаївна** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту Харківського національного автомобільно-дорожнього університету;

Назарова Галина Валентинівна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом та соціальних наук Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця;

Перерва Петро Григорович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва та управління персоналом Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики :
К 64 матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 19 листопада 2021 р. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 92 с. Укр. мова, англ. мова

ISBN 978-617-7801-27-5

Наведено результати наукових досліджень учасників, проведених у рамках шістьнадцятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки і практики», присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліbermanу. Розглянуто питання теоретичних і прикладних засад формування та активізації інноваційних процесів на всіх економічних рівнях відносин в Україні, управління розвитком діяльності підприємств в умовах міжнародної конкуренції, проблем розвитку національної інноваційної системи та інноваційної діяльності підприємств. Видання складається зі збірки тез доповідей учасників конференції на електронному носії.

Видання може бути корисним для використання у подальших наукових дослідженнях, для формування практичних рекомендацій та управлінських рішень з підвищення конкурентоспроможності й інноваційного розвитку економіки. Рекомендовано фахівцям різних галузей економіки, державним службовцям, представникам бізнесу, наукових, освітніх і громадських організацій, науковцям, аспірантам і студентам економічних спеціальностей.

ББК 65.050

ISBN 978-617-7801-27-5

© Колектив авторів, 2021
© ФОП Лібуркіна Л. М., 2021

ЗМІСТ

Організаційний комітет	9
Програма конференції.....	10
Доповіді учасників круглого столу	11
<i>Jan-Urban Sandal. Competition or Innovation?</i>	12
<i>Хаустова В. Є., Решетняк О. І.</i> Університет майбутнього: виклики для вітчизняної вищої освіти.....	15
<i>Шиян Д. В., Севрюкова Є. О.</i> Рівень освіти як фактор формування людського капіталу в Україні.....	23
<i>Остапенко В. М.</i> Формування взаємодії освіти, науки та бізнесу в умовах розвитку інноваційної економіки.....	28
<i>Піддубна Л. І.</i> Інвестиційно-інноваційні імперативи сучасної структурної політики.....	39
<i>Вацьковські К. С., Гордієнко Л. Ю.</i> Програма «соціальні інновації» у світлі досвіду публічного управління Польщі	50
<i>Бестужева С. В., Козуб В. О.</i> Теоретико-методичні аспекти визначення впливу глобалізаційних процесів на розвиток економіки України.....	54
<i>Козлова І. М.</i> Інвестиційна поведінка домогосподарств в умовах невизначеності.....	67
<i>Добринь С. В.</i> Аналіз факторів конкурентоспроможності та їх вплив на ефективність маркетингової діяльності вітчизняних підприємств	78
Додаток. Тези доповідей учасників конференції (на електронному носії)	

Секція 1.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю та інноваційною діяльністю

<i>Авраменко О. В., Хачатуров О. В.</i> Оцінка якості надання логістичних послуг	101
<i>Авраменко О. В., Чугаєва А. В.</i> Особливості організації логістичного сервісу на підприємстві	105
<i>Айдарова Д. О.</i> Innovations in international exhibitions	110
<i>Bobritska Yu. Yu.</i> The chatbots implementation as a way of communication with the customers in business.....	115
<i>Бойко А. О., Піддубна А. І.</i> Аспекти розвитку організаційної культури ІТ-компаній	119
<i>Борисова В. В.</i> Міжнародна конкурентоспроможність країн в умовах глобалізації.....	123
<i>Бурлак Ю. О.</i> Міжнародне співробітництво як основа поглиблення інтеграційних процесів у НАФТА.....	128
<i>Велика О. Ю., Щербина В. О.</i> Управління формуванням фінансових ресурсів підприємства.....	135
<i>Veretennykova H., Vasylenko S. V.</i> Assessing the readiness of the organization's environment to innovations.....	139
<i>Veretennykova H., Yukhimenko B. A.</i> Enterprise efficiency management.....	143
<i>Верецагіна Г. В., Акінішина Ю. С.</i> Теоретичні підходи розробки логістичної стратегії підприємства.....	146
<i>Верецагіна Г. В., Балака Б. І.</i> Інноваційні тенденції ринку нерухомості.....	149
<i>Virvan A. S.</i> Development of the e-commerce market in Ukraine	152
<i>Власенко І. В.</i> Формування конкурентоспроможності продукції промислових підприємств	156
<i>Геращенко І. М., Дерев'янка М. О.</i> Класифікація методів мотивації персоналу для стратегічного планування діяльності підприємства.....	159
<i>Геращенко І. М., Ісмаїлов У. В.</i> ОГЛИ. Аспекти планування розвитку персоналу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності працівників	164

<i>Геращенко І. М., Якименко А. П.</i> Оцінка стратегічного планування маркетингової діяльності підприємства.....	168
<i>Горобинська М. В.</i> Особливості функціонування і розвитку інноваційних кластерів і їх вплив на конкурентоспроможність економіки.....	172
<i>Губарева І. О., Губарев О. О.</i> Оцінка конкурентоспроможності деревообробної промисловості України та країн світу	175
<i>Демченко Г. В., Семененко О. А.</i> Напрями підвищення ефективності управління маркетинговим персоналом на підприємстві	178
<i>Демченко К. О.</i> Загрози соціальній безпеці у розрізі суспільно-географічного положення України.....	181
<i>Дороніна М. С., Михайленко Д. Г.</i> Ефект глокалізації в соціально-економічному розвитку регіонів України	186
<i>Жданова Д. Є.</i> Commodity exchanges – functions, types and current situation in Ukraine.....	189
<i>Зозуля Я. Є.</i> Економічна сутність категорії «прибуток».....	192
<i>Іванова О. Ю., Білокудря А. В.</i> Місце та вплив кадрової політики у стратегічному плануванні розвитку об'єднаних територіальних громад	195
<i>Інполітова І. Я.</i> Особливості функціонування компетентних організацій, що самонавчаються	199
<i>Кайнога А. Е.</i> Вплив зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств оптової і роздрібної торгівлі	204
<i>Кизим М. О., Белікова Н. В.</i> Розвиток теоретичного підґрунтя дослідження пастки економічної відсталості країни.....	209
<i>Клименко А. С.</i> Outsourcing as a tool for optimising company transport logistics	214
<i>Ковалевський М. С., Козлова І. М.</i> Роль стратегічного планування діяльності підприємств у сучасних умовах господарювання.....	218
<i>Коломієць А. І., Козлова І. М.</i> Використання соціальних мереж як ефективного засобу просування бренду.....	222

<i>Красноносова О. М., Тур О. В.</i> Розвиток конкурентоспроможного малого бізнесу в Україні.....	226
<i>Крячко Є. М.</i> Конкурентоспроможність деревообробної промисловості в Україні та країнах світу	231
<i>Курильченко М. С., Піддубна Л. І.</i> Формування конкурентних переваг ІТ-компанії в контексті розвитку людського капіталу.....	236
<i>Ларіна К. В., Баталічева Н. О.</i> Особливості формування стратегії маркетингу підприємств в умовах світової пандемії	240
<i>Литвинов І. В., Колодізева Т. О.</i> Актуальні проблеми контейнерних перевезень: економічний аспект	246
<i>Мельник Ю. О.</i> Маркетингові стратегії підприємства.....	250
<i>Мельникова К. В.</i> Активізація інноваційно-інвестиційної діяльності логістичних систем у сучасних умовах.....	254
<i>Молокоєдова А. О.</i> Особливості інноваційного менеджменту підприємствах України	258
<i>Небилиця О. А., Бондаренко К. С.</i> Узагальнення основних методів оцінки й аналізу цільової аудиторії як ключового фактору ефективності діяльності підприємства.....	261
<i>Небилиця О. А., Шумакова Я. О.</i> Узагальнення методів проведення маркетингових досліджень у сучасних умовах	266
<i>Орехова А. С.</i> Особливості функціонування торговельних підприємств у сучасному конкурентному середовищі.....	270
<i>Паламарчук В. А.</i> Імплементація принципів екологічної відповідальності промислових підприємствах України	274
<i>Пасько М. І.</i> Засади управління збутовою діяльністю підприємства	278
<i>Пліс А. С.</i> Прийняття управлінських рішень на підприємстві.....	282
<i>Плахута І. Д.</i> Increasing the efficiency of the company's operations with KPI.....	287
<i>Полякова О. Ю., Шликова В. О.</i> Точність економічних прогнозів як передумова ефективного стратегічного управління.....	291
<i>Попова В. К.</i> Категоріальний апарат мотивації персоналу	296
<i>Приходько В. Є.</i> Сутність організації виробництва нової продукції.....	299

<i>Самойленко В. В.</i> Методичне забезпечення системи мотивації персоналу.....	303
<i>Самойленко В. В., Попик Д. Ю.</i> Наслідки впливу зовнішнього середовища у сфері медицини на прикладі пандемії	307
<i>Сігаєва Т. Є., Ханіна К. С.</i> Сучасні тенденції розвитку мультимодальної системи перевезення вантажів.....	311
<i>Старовойтова О. Е.</i> Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства	315
<i>Сушко М. Ю.</i> Сучасні тенденції аутсорсингу в логістиці	319
<i>Федько Г. Є.</i> Організація і планування інноваційної діяльності підприємства.....	323
<i>Чередніченко Д. В.</i> Аналіз зовнішнього середовища медичного центру	327
<i>Яворська А. О.</i> Сутність і роль інноваційної діяльності в сучасній економіці	331
<i>Iastremska O., Spuziak E.</i> Innovative methods in enterprise human resources management	335

Секція 2.

Управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації

<i>Астахова І. Е., Костенко В. В.</i> Маркетингова стратегія території: інструмент розвитку привабливості території.....	338
<i>Бестужева С. В.</i> Теоретико-методичні аспекти формування та реалізації міжнародної конкурентної стратегії підприємства	342
<i>Дзеніс О. О., Соловйова О. О.</i> Роль переговорів у розвитку міжнародного бізнесу підприємства в умовах висококонкурентного середовища	347
<i>Козуб В. О., Козуб С. О.</i> Особливості конкуренції між традиційною та електронною комерцією в умовах цифрової економіки	351
<i>Кулик О. А.</i> Формування конкурентної стратегії підприємства в умовах цифрової трансформації	356
<i>Луценко Н. А.</i> Міжнародна оцінка вищої освіти в Україні.....	361

<i>Проскурніна Н. В., Долгополов Д. Г.</i> Омніканальний підхід у цифровій трансформації підприємства	366
<i>Серпухов М. Ю.</i> Вплив інформаційних технологій у вигляді маркетплейсів на міжнародну торгівлю	370
<i>Ставерська Т. О.</i> Пріоритетні вектори цифрової трансформації бізнесу	374
<i>Чернуха Т. С., Доброскок Ю. Б.</i> Формування стратегій підвищення конкурентоспроможності консалтингових компаній на міжнародному ринку	379

Секція 3.

Інновації: макро-, мезо та мікрорівні

<i>Іванов Ю. Б., Шаповалова А. О.</i> Архітектоніка преференційних інструментів інноваційного розвитку малого бізнесу	382
<i>Колбасін Є. С.</i> Глобальні виклики та перспективи структурного розвитку електроенергетики України	386
<i>Костенко Д. М., Шпілевський В. В., Шпілевський О. В.</i> Аналіз та перспективи розвитку ринку моторного біопалива в Україні	391
<i>Котляров Є. І.</i> Пріоритетність заходів з термомодернізації будівель і їх економічна ефективність	396
<i>Леванда О. М.</i> Актуалізація соціальних стандартів в умовах цифрової економіки	401
<i>Назарова Г. В., Руденко В. О.</i> Цифрова економіка: етимологія та інституційна структура	406
<i>Салашенко Т. І.</i> Диференціація продуктів на ринку електроенергії України	411
<i>Хаустов М. М., Бондаренко Д. В.</i> Оцінки цифровізації та впливу інформаційно-комунікаційних технологій на економічний розвиток країн	416
<i>Шпілевський В. В.</i> Методичні засади побудови енергетичної моделі розвитку національної економіки	432
<i>Ярошенко І. В., Семигуліна І. Б.</i> Теоретичні аспекти формування системи публічного управління на місцевому рівні в світі	436

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Пономаренко В. С. – д. е. н., професор, член-кореспондент НАН України, ректор Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця, **голова оргкомітету** (м. Харків, Україна)

Кизим М. О. – д. е. н., професор, член-кореспондент НАН України, про-ректор Харківського національного університету міського господарства ім. О. М. Бекетова (м. Харків, Україна)

Булеев І. П. – д. е. н., професор, головний науковий співробітник Інституту економіки промисловості НАН України (м. Київ, Україна)

Вацьковські Казімеж – д. е. н., професор, завідувач кафедри інформацій-них систем Варшавського технологічного університету «Варшавська політех-ніка» (м. Варшава, Польща)

Єрмаченко В. Є. – к. е. н., професор, проректор Харківського національно-го економічного університету ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна)

Іванов Ю. Б. – д. е. н., професор, в. о. директора Науково-дослідного цен-тру індустріальних проблем розвитку НАН України (м. Харків, Україна)

Келер Юрген – професор Університету ім. Фрідріха-Александра Ерланген-Нюрнберг (м. Нюрнберг, Німеччина)

Проскурніна Н. В. – д. е. н., доцент, завідувачка кафедри міжнародної еко-номіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Харківського на-ціонального економічного університету ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна)

Сандал Жан-Урбан – ректор та власник інституту проф. Жана-Урбана Санда-ла (Норвегія)

Укубасова Г. С. – доктор (PhD) економіки і бізнесу, к. е. н., професор, декан факультету економіки і бізнесу Казахського університету економіки, фінансів та міжнародної торгівлі (м. Астана, Республіка Казахстан)

Хаустова В. Є. – д. е. н., професор, в. о. заступника директора з наукової роботи Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України (м. Харків, Україна)

Шталь Т. В. – д. е. н., професор, декан факультету міжнародної економі-ки і підприємництва Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна)

Ястремська О. М. – д. е. н., професор, завідувач кафедри менеджменту, логістики та інновацій Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна)

ПРОГРАМА КОНФЕРЕНЦІЇ

Секція 1. Стратегічне управління конкурентоспроможністю та інноваційною діяльністю

Секція 2. Управління розвитком міжнародної діяльності підприємств в умовах цифрової трансформації

Секція 3. Інновації: макро-, мезо- та мікрорівні

Секретарка конференції: к. е. н., доцент *Верещагіна Ганна Валентинівна*

Режим роботи круглого столу:

19.11.2021 р.

9.30 – 10.00. Реєстрація учасників з використанням платформи Zoom meet

10.00. Засідання круглого столу

Круглий стіл

**«Системна взаємодія освіти і науки –
основа інноваційного розвитку держави»**

Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, присвяченої видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

«Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики»

19 листопада 2021 р.

1. Сандал Жан-Урбан, ректор та власник інституту проф. Жана-Урбана Сандала у Норвегії «*Competition or Innovation?*»

2. Хаустова В. Є., д. е. н., професор, НДЦ ІПР НАН України, Решетняк О. І., д. е. н., доцент, НДЦ ІПР НАН України «*Університет майбутнього: виклики для вітчизняної вищої освіти*»

3. Шиян Д. В., д. е. н., професор кафедри економіки підприємства та організації бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Севрюкова Є. О. аспірант кафедри економіки підприємства та організації бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця «*Рівень освіти як фактор формування людського капіталу в Україні*»

.....

4. Остапенко В. М., к. е. н., доцент кафедри митної справи та оподаткування ХНЕУ ім. С. Кузнеця *«Формування взаємодії освіти, науки та бізнесу в умовах розвитку інноваційної економіки»*

5. Піддубна Л. І., д. е. н., професор кафедри міжнародної економіки і менеджменту ХНЕУ ім. С. Кузнеця *«Інвестиційно-інноваційні імперативи сучасної структурної політики»*

6. Вацьковські К. С., д. е. н., професор, завідувач кафедри інформаційних систем Варшавського технологічного університету «Варшавська політехніка», Гордієнко Л. Ю., к. е. н., доцент, доцент кафедри державного управління, публічного адміністрування та регіональної економіки ХНЕУ ім. С. Кузнеця *«Програма «соціальні інновації» у світлі досвіду публічного управління Польщі»*

7. Бестужева С. В., к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту ХНЕУ ім. С. Кузнеця, Козуб В. О., к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту ХНЕУ ім. С. Кузнеця *«Теоретико-методичні аспекти визначення впливу глобалізаційних процесів на розвиток економіки України»*

7. Козлова І. М., к. е. н., старший викладач кафедри менеджменту, логістики та інновацій ХНЕУ ім. С. Кузнеця *«Інвестиційна поведінка домогосподарств в умовах невизначеності»*

8. Добринь С. В., к. е. н., доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту ХНЕУ ім. С. Кузнеця *«Аналіз факторів конкурентоспроможності та їх вплив на ефективність маркетингової діяльності вітчизняних підприємств»*

ДОПОВІДІ УЧАСНИКІВ КРУГЛОГО СТОЛУ

UDC 330.8

Competition or Innovation?

Jan-Urban Sandal,

Professor, Rector and Owner, Fil. Dr. Jan-U. Sandal Institute (Norway),

e-mail: jan-u.sandal@janusandal.no

Joseph A. Schumpeter (1883 – 1950) is considered among many as the father of innovation. There is a widespread view among both theorists and practitioners that Schumpeter's definition of entrepreneur is the core of entrepreneurship, which focuses on innovation and entrepreneurship in the development of the social sector. In his book *Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung*, 1912, he introduced the entrepreneur as an independent social agent in the economy [3].

The entrepreneur makes a new combination of the first and second input factors in the production function and thereby creates innovation. Schumpeter underlies that innovation implies that one is able to do something that previously could not be done, or at least not so efficiently or economically. Innovation is an impulsive alteration from static production. Static production means producing more of the same and inevitably bring the economy to an optimum and accordingly stagnation, leading the march from capitalism into socialism, a horrifying ideology that cannot work. According to Schumpeter, development of the economy as a whole, and thereby an advancement into real democracy, is only possible when innovations successfully are introduced in the economy. Schumpeter named this transformative process creative destruction.

Creative destruction is a spontaneous change in the production function and established patterns of production alter. New and more efficient ways of production open new markets and change the rules of competition. Companies that are not able to change the production method will cease [4]. Dynamic production gives society new possibilities and opens up for new products, services and markets. It is worth noticing that new jobs and expansion of the labour market is only one of the fruits of creative destruction. Entrepreneurship is a democratic process because everyone can take the role as entrepreneur and thereby carry out the new combinations and participate in the creation of the real democracy; no formalities or requirements are needed other than the will and the act of the individual. Anyhow,

there are obviously many hindrances and obstacles to overcome as an entrepreneur, other than those made by the political bosses. Jean-Baptiste Say points out some of the realities the entrepreneur faces: "In the course of such complex operations, there are an abundance of obstacle to be surmounted, of anxieties to be repressed, of misfortunes to be repaired, and of expedients to be devised" [2, p. 330].

These types of obstacles are closely linked to the nature of economic life and do not refer to political interventions or manipulations. Innovation is made by people for people. Governments and public authorities cannot do the same as individuals. The successful entrepreneur has the ability to create the innovation by abstract thinking and can comprehend the results of the innovation long before the innovation has been introduced on the market. The entrepreneur operates based on judgemental decision making, while legal authorities, like any other democratic body jump to conclusions and decisions by collecting votes. Parliamentarism operates based on majority votes in order to carry out the will of the people. This is typically a demand-focused activity. Static production is also demand focused.

Competition in the static market is all about winning the favour of consumers. The ultimate question for the players in the static market is always what they can do to meet the needs of consumers and thereby win the competition. Innovation is supply oriented. When the successful entrepreneur introduces the innovation in the market, consumers have the choice to buy or not to buy. Innovation is beneficiary to the vast majority of the population. As described by David Ricardo, also the working class would benefit from innovation: "In proportion as the machine came into general use, the price of the commodity produced would, from the effects of competition, sink to its cost of production, (-) The class of laborers also, I thought, was equally benefited by the use of machinery, as they would have the means of buying more commodities with the same money wages" [1, p. 263].

This truth is relevant for all sectors of the economy as well as in all matters of human life. Entrepreneurial profit is the economic output based on innovation, and it belongs to the entrepreneur. Innovation based successful entrepreneurship is an individual process that cannot be delegated to anyone; individuals, boards, committees or political institutions, and no dividend can be shared; the entrepreneur is the sole owner. Entrepreneurial profit is important because it is the proof that the entrepreneur was right; he succeeded. Furthermore, Schumpeter emphasizes that entrepreneurial profit is the only real profit, and it has the capacity to elevate the entrepreneur and his family to a higher social class affiliation and secure their economic future. The entrepreneurs' relations to concrete people and things,

especially the family circle, the factory, the company and the ancestral home are very important.

Entrepreneurial profit enables the individual to provide a good home, access to everything he considers important and necessary for a decent life for his family as well as providing his staff, servants, and network of individuals, neighbors and community with economic and social support. This reality is in stark contrast to competition in the static market. Because companies operate in the same markets, with the same costumers, suppliers of raw materials, the same labor costs, the same competitors, and the same sales prices, the margin over production cost will not be enough to cover both a sufficient amount of profit to owners or to bear the weight of R&D. expenditures.

Competition in the static market undeniably means a pressure on larger volumes and thus unnecessary quantities of products, which in turn means a strain on the production function as well as a burden on nature. Neither the market nor the nature can overcome this situation in a prosperous way. They are both losers. The workers will undeniably be fired, because they were hired to produce for the market, the customers who bought the products they produced payed their wages. The market forces will send the unemployed workers on social benefits and into poverty. At the same time, more and more people will appreciate socialist ideology as a final response to the process of market economy, and the march into socialism has begun. Anyhow, socialism cannot work. An ideology based on redistribution of wealth, and elected by majority and dictated by the few, is incapably of meeting the demands in the market and secure quality of life of its people. The market is an outstanding arena for giving people material goods and opportunities to exercise their intellectual and moral excellences of character. The entrepreneur stands against the political boss; innovation stands against competition.

Literature

1. Ricardo D. The principles of Political Economy and Taxations. London : J. M. Dent & Son Ltd, 1817/1984.
2. Say J. B. A treatise on political economy. New York : August M. Kelly, 1821/1964.
3. Schumpeter J. A. The Theory of Economic Development. New Jersey : Transaction Publishers, 2008.
4. Schumpeter J. A. Capitalism, socialism and democracy. New York : Harper & Brothers, 1942.



Сьогодні існують різні форми взаємодії освіти, науки та бізнесу, проте

Відомі класичні університети Великої Британії, такі як Кембридж, які

Прикладом активної розробки освітніх установ, державки і бізнесу є Швейцарія.

Определение: Пусть $\mathcal{A}$ — алгебра, $\mathcal{B}$ — σ -алгебра. Тогда $\mathcal{A}$ называется σ -алгеброй, если $\mathcal{A} \subseteq \mathcal{B}$.

Copyright © 2009 by John Wiley & Sons, Inc.

Παράδειγμα 1. Έστω $\mathcal{A} = \{a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z\}$ και $\mathcal{B} = \{a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z\}$. Τότε $\mathcal{A} \cap \mathcal{B} = \{a, b, c, d, e, f, g, h, i, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s, t, u, v, w, x, y, z\}$.

Таблиця 1

Порівняння концептуальних моделей університетів

	Університет 1.0	Університет 2.0	Університет 3.0	Університет 4.0
Тип	Освітній університет	Дослідницький університет	Підприємницький університет	Університет майбутнього
Потреба суспільства	Потреба у вчителів, лікарів, юристів та ін.	Потреба в освічених громадянах	Потреба у розвитку економіки і створенні інновацій	Потреба у передбаченні та вирішенні глобальних та місцевих проблем (ресурсних, екології, епідемій та ін.)
«Замовник»	Місто	Держава	Держава, виробничий сектор	Держава, спільноти (формальні і неформальні), транснаціональні організації, індивід
Мета	Відтворення еліти	Створення громадянського суспільства, національної ідеї	Створення інновацій та розвиток технологій	Розвиток ноосфери й окремих екосистем суспільства
Аксіологічна підстава	Культурна модель	Академічна модель	Компетентнісна модель	Модель множинного інтелекту
Ключова категорія	Навчання	Навчання, дослідження	Освіта, наука, бізнес	Освіта, наука, творчість, екосистема, бізнес
Зовнішній референт	Культура	Істина	Якість	Творчість
Особливості організації	Корпорація студентів і викладачів	Зв'язки університету і держави	Зв'язки університету, держави і бізнесу (виробництва)	Зв'язки університету, держави, виробництва та суспільства. Фізичне і віртуальне (хмарне) існування, мережева організація
Особливості освітнього процесу	Схоластична система викладання	Навчання через дослідження	Навчання через профільні компетенції	Формування індивідуальності
Форма навчання	Монологічна	Діалогічна або «сократівська» комунікація	Групово (мережева) взаємодія	Самоконструювання
Критерій на «виході»	Відповідність культурі корпорації (в т. ч. професійної)	Знання класики в оригіналі і здатність до гіпотетико-дедуктивного мислення	Відповідність очікуванню компетенцій	Створення життєздатного продукту, внесок в розвиток екосистеми суспільства

Джерело: узагальнено авторами

Передумовами виникнення університетів 3.0 та 4.0 стала необхідність постійного розвитку навичок і кваліфікацій, набутих у рамках формальної освіти; зростання суспільного запиту на активне проведення прикладних досліджень через глибоке галузеве партнерство та скорочення терміну перетворення наукових та інноваційних ідей в комерційні результати; розвиток цифрових технологій та екосистем [1–4].

Як закордонний приклад моделі «Університет 4.0» можна розглянути Стенфордський університет (США, який є засновником Кремнієвої долини, створив такі видатні компанії, як GOOGLE, APPLE, INTEL та інші, і забезпечує 5,7 % ВВП США. Ендаумент (фонд розвитку) університету становить 27,7 млрд дол. Стенфордський університет займає у світових рейтингах провідні 1 та 2 місця. Водночас в Україні, разом із усвідомленням необхідності підвищення ефективності науково-освітнього комплексу, інтеграція між освітою і наукою, бізнесом та державою є вкрай низькою. На сьогодні в Україні немає у чистому вигляді університетів, які представляли би собою модель «Університет 4.0».

Прикладом університету, що намагається розвиватися в межах моделі 3.0 та прямувати до моделі 4.0, може бути «КПІ ім. І. Сікорського». КПІ поступово створює інноваційну екосистему, складовими якої є: міжнародний фестиваль інноваційних проєктів (стартапів), інноваційний холдинг, науковий парк, стартап-школа, бізнес-інкубатор, Всеукраїнська інноваційна екосистема, в яку входять 14 університетів і 5 наукових кластери з різних регіонів країни. Більшість ЗВО України переважно реалізують моделі університету 1.0 та 2.0, та лише деякі – 3.0.

Прикладом університету 3.0 можна навести Національний університет біоресурсів і природокористування, у склад якого входять: науковий парк, 8 науково-дослідних університетів, 3 навчально-наукових інститути, 4 дослідних станції та навчально-дослідних господарств, 70 наукових лабораторій, 49 навчально-наукових виробничих лабораторій і стартап-школа.

Таким чином, подолання перешкод глобальної нестабільності та зростання ролі сучасних закладів вищої освіти задля забезпечення соціально-економічного зростання вимагає підвищеної уваги до їх розвитку в країні та, відповідно, дослідження відношення до них основного стейкхолдера – студента.

Проте проведене дослідження Українським інститутом майбутнього разом із «Нью Імідж Маркетинг Груп» зазначає, що «кожен 5-й респондент в Україні говорить про те, що він хоче навчатися виключно за кордоном...

32 % говорять про те, що хотіли б навчатися у престижних українських вишах. І ще 30 % вважають, що, обираючи між поганим закордонним вишем і гарною українською освітою, готові обирати хорошу українську».

Таке становище вимагає негайного пошуку шляхів покращення сучасної вітчизняної вищої освіти, формування університетів майбутнього відповідно до можливих сценаріїв та трендів розвитку освітнього процесу.

Дослідженням сценаріїв розвитку вищої освіти приділяють значну увагу у розвинених країнах світу. Так, згідно з варіантами розвитку вищої освіти, які були розроблені в рамках досліджень ОЕСР, ще в 2004 р. визначено сценарії, які наведено в табл. 2 [5].

Таблиця 2

Сценарії розвитку вищої освіти відповідно до дослідження ОЕСР (2004)

Назва сценарію	Коротка характеристика
1	2
Сценарій 1. Традиційний університет	Університети здебільшого схожі на сучасні, обслуговуючи відносно невелику частку молоді з метою вибору роботи. Університети проводять як навчання, так і дослідження без надмірної залежності чи залучення до приватного сектора. Уряд продовжує відігравати важливу роль у фінансуванні, регулюванні та управлінні університетами. Навчання впродовж життя та електронне навчання розвиваються значною мірою за межами університетської сфери
Сценарій 2. Підприємницькі університети	Університети характеризуються автономією. Існує змішана модель державно-приватного фінансування. Дослідження розглядаються як дуже важлива та прибуткова діяльність. Університети використовують ринковий підхід до діяльності, не втрачаючи базових академічних цінностей. Навчання протягом усього життя відбувається в умовах університету, але у навчальних закладах з нижчим статусом. Три місії університету – викладання, дослідження та громадські роботи – добре збалансовані. Важливими є комерційні підходи до міжнародних ринків та електронне навчання
Сценарій 3. Вільний ринок університетів	Ринкові сили є основними рушійними силами розвитку вищої освіти. Регулюється приватними компаніями, що стосується забезпечення якості та акредитації, і здебільшого фінансується через ринкові механізми. Ринкові сили породжують установи, які стають спеціалізованими за функціями (навчання, дослідження), галуззю (бізнес, гуманітарні науки тощо), аудиторією (молоді студенти, студенти заочної форми навчання, дистанційна освіта, освіта дорослих, навчання протягом усього життя), тоді як бізнес-фірми здійснюють корпоративне навчання своїх співробітників. Зростає конкуренція між університетами.

1	2
	Підвищується важливість розвитку технологій навчання. Дослідження переходять до державних дослідницьких центрів та корпоративних науково-дослідних підрозділів
Сценарій 4. Навчання протягом усього життя та відкрита освіта	Університети є універсальним засобом для освіти у будь-якому віці. Економіка знань процвітає, вища освіта стає джерелом постійного професійного розвитку, що фінансується компаніями, особами, які прагнуть визнаного підвищення кваліфікації, державою. Університети стають більш орієнтованими на студентів і попит, більше орієнтовані на навчання за короткими курсами, збільшення дистанційного та електронного навчання. Більшість досліджень проводяться за межами системи вищої освіти, а найкращі дослідники переходять до приватних компаній, спеціалізованих інститутів. Уся університетська освіта відповідає моделі професійної школи
Сценарій 5. Глобальна мережа освітніх і наукових установ	Передбачено такі основні нововведення: 1) учні визначають свій власний курс навчання з усіх доступних курсів у глобальній мережі післясередньої освіти та самі управляють траєкторією освіти; 2) заклади вищої освіти все більше співпрацюють, у тому числі з промисловістю. Збільшується вплив електронного навчання. Навчальний зміст стає більш стандартизованим. Посилюється ринок навчання протягом усього життя. Більшість досліджень проводяться за межами системи вищої освіти. У статусі наукової спільноти спостерігається сильна поляризація: академічні суперзірки та розробники «засобів навчання» отримують високий статус, тоді як середній викладацький склад стає менш кваліфікованим і отримує нижчий статус. Програми та курси важливіші за інституції
Сценарій 6. Різноманітність визнаного навчання – зникнення університетів	Зникає офіційний сектор вищої освіти. Люди вчаться протягом усього життя, на роботі, вдома, з особистої та професійної мотивації, все більше і більше самостійно та ділячись своїм досвідом з іншими людьми, зацікавленими в тій же сфері. Нові технології є стимулом для поширення інформації та знань. Глобальна мережа Інтернет є важливою і виходить за рамки інституцій. Знання та досвід, набуті в усіх життєвих ситуаціях, підтверджуються через офіційні оцінки компетенцій, що проводяться спеціалізованими органами оцінювання. Дослідження, які потребують великих інвестицій, здійснюються в державних дослідницьких центрах і в корпоративних науково-дослідних підрозділах

Джерело: [5]

Незважаючи на різні моделі університетів, які прогнозуються у цьому дослідженні, вони всі включають інтеграцію наукової та освітньої діяльності

у різних формах, використання дистанційного та електронного навчання та навчання впродовж життя. Асоціація Educause наприкінці квітня 2021 р. випустила щорічну доповідь – Horizon Report – в якій визначено основні сценарії розвитку вищої освіти, як наслідок пандемії [6]:

Зростання – університетам вдається монетизувати попит, що зростає, на гібридні та онлайн-курси через мікроступені та інші форми навчання в концепції lifelong learning.

Обмеження – університети працюють із меншою кількістю ресурсів. У цих умовах вони обрали різні стратегії. Деякі продовжують працювати у традиційних форматах, але з невеликою кількістю студентів і позиціонують себе як найпрестижніші, найелітніші організації. Інші шукають нові моделі навчання в онлайн-середовищі, щоб охоплювати студентів у всьому світі, незважаючи на перешкоди.

Колапс – скорочення державного фінансування призводить до вимирання університетів, приплив студентів теж скорочується, і плата за навчання не дозволяє вишам триматися на плаву. Наука в цих умовах стає більш залежною від фінансування з боку бізнесу, а віддалене навчання є дуже посереднім, орієнтованим на економічну ефективність за браку ресурсів для розвитку викладачів.

Трансформація – ЗВО полегшують доступ до вищої освіти через безкоштовні онлайн-програми та різноманітність технологій. Навчання стає більш людиноцентричним і менш стресовим, і кількість студентів на різних програмах вищої освіти досягає історичного максимуму.

Виходячи з результатів аналізу стану та тенденції розвитку вітчизняної наукової та освітньої сфери, а також перспектив соціально-економічного розвитку країни та світових сценаріїв розвитку вищої освіти, на наш погляд, можна виокремити такі сценарії майбутнього університетів України:

Сценарій 1. Стагнація вищої освіти та науки в умовах реалізації «сировинної» моделі соціально-економічного розвитку: зниження попиту на дослідження, інновації, якісну освіту, витік висококваліфікованих кадрів з країни та інші негативні тенденції.

Сценарій 2. Сектор вищої освіти програє конкуренцію з закордонними вишами, корпоративними дослідницькими центрами, корпоративними університетами, короткостроковими курсами у галузі розробок, інновацій, підготовки кваліфікованих кадрів, що супроводжується втратою вітчизняними університетами відповідного статусу та ролі, ресурсів.

Сценарій 3. Істотно змінюються споживачі вищої освіти, в якій переважають дорослі, зростає попит на перепідготовку кадрів. Освітні програми, технології освіти та кадри вищої школи не відповідають вимогам часу, формується мережа альтернативних освітніх центрів, які використовують сучасні цифрові та дистанційні технології, вища школа втрачає статус і ресурси.

Сценарій 4. Модернізація вищої освіти та науки, впровадження нових технологій та перебудова освітньо-наукового процесу задля забезпечення соціально-економічного розвитку обмежується декількома великими містами (Київ, Харків, Львів, Одеса та ін.). Посилюється відставання та нерівність в якості освітньої та наукової діяльності у регіонах.

Таким чином, для забезпечення розвитку вищої освіти в Україні з урахуванням сучасних світових трендів і викликів, актуалізується проблема розробки та впровадження у практику дієвого соціально-економічного механізму інтеграції науки, освіти та підприємницького сектора, що спиратиметься на сучасні технології освітнього та дослідницького процесів, та сприятиме забезпеченню сталого розвитку нашої країни. У іншому випадку – існує суттєва загроза остаточної втрати вітчизняної вищої освіти свого статусу, зниження наукового потенціалу і національної безпеки країни.

Література

1. Universities of the future. URL: <https://eua.eu/issues/28:universities-of-the-future.html>
2. Education 4.0: How technology is shifting the academic and employment landscape. URL: <https://www.ctidigital.com/blog/education-4-how-technology-is-shifting-the-academic-and-employment-landscape>
3. OECD/CERI Experts Meeting on «University futures and new technologies» Discussion Paper Six Scenarios for Universities. URL: <https://www.oecd.org/education/skills-beyond-school/36758932.pdf>
4. Решетняк О. І. Перспективні напрями наукових досліджень у світі. Економіка та держава. 2020. № 1. С. 107–114. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.1.107
5. Kyzym M., Reshetnyak O., Kozyrieva O., Khaustova V. Research Organization On The Basis Of The World Foresights Analysis: Trends And Scenarios // 35th IBIMA Conference: 1-2 April, 2020. Seville, Spain. URL: <https://ibima.org/accepted-paper/research-organization-on-the-basis-of-the-world-foresights-analysis-trends-and-scenarios/>
6. 2021 EDUCAUSE. Horizon Report: Teaching and Learning Edition. URL: <https://library.educase.edu/-/media/files/library/2021/4/2021hrteachinglearning.pdf?#page=31&la=en&hash=64CACBDA4DAC0F6158951941AD2A8952A9A81100>



УДК 314.68

Рівень освіти як фактор формування людського капіталу в Україні

Шиян Дмитро Вікторович,

доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємства
та організації бізнесу ХНЕУ ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: dmytro.shyian@hneu.net

Севрюкова Єлизавета Олександрівна,

аспірант кафедри економіки підприємства та організації бізнесу ХНЕУ
ім. С. Кузнеця (м. Харків, Україна),
e-mail: elizavetasevryukova@ukr.net

Сучасний етап розвитку передових країнах світу свідчить про те, що кожна конкретна людина в широкому розумінні стає головною метою спрямованості зусиль всіх інститутів суспільства. Більш того, сама реальність у розвинутих країнах світу формує сучасний політичний порядок денний саме під цим кутом. Україна сьогодні має велику кількість проблем як економічного характеру, так і соціально-політичного. Всі ці фактори, безумовно, негативно впливають на спроможності держави формувати відповідний рівень якості людського капіталу. Одним із цих факторів є рівень освіти населення та можливості щодо реалізації отриманих знань з точки зору формування відповідної якості життя.

Поняття людського капіталу має багато різних визначень і тлумачень. У цьому випадку зазначимо, що, на думку Д. Мельничука, для виникнення та виокремлення із загальної сукупності соціально-економічних феноменів поняття людського капіталу були потрібні специфічні передумови. На його думку, це, в першу чергу, розвиток науково-інформаційної сфери, значне підвищення наукоємності виробництва, що вплинуло на вартість та тривалість освітнього процесу, і цілковита залежність власників засобів виробництва від носіїв прогресивних знань і професійних навичок [1, с. 41].

О. Грішнова також зазначає, що використання категорії «людський капітал» передбачає, що продуктивні здібності людини є її невід'ємним особистим надбанням і набувають форми капіталу внаслідок тривалого історичного розвитку суспільних відносин з приводу використання цих здібностей лише

в певних умовах розвинутої ринкової економіки на сучасному етапі розвитку цивілізації. [2, с. 13]. Крім того, автор також окремо підкреслює, що можлива ситуація коли виникає фіктивна форма людського капіталу. Зокрема, подібна ситуація може виникати за умов неможливості продуктивного використання наявного людського капіталу, сформованого в системі освіти і асиметрії в соціально-трудовій сфері [3]. Також важливою умовою виникнення людського капіталу є перехід суспільства до постіндустріального етапу розвитку. Саме цієї точки зору дотримується Д. Белл. На його думку, у новій економіці має місце домінування у складі робочої сили професійного й технічного класу, що фактично є революцією у класовій структурі суспільства [4].

Окремим питанням є саме визначення поняття «людський капітал». У найбільш узагальненому трактуванні термін «людський капітал» означає міру втіленої у людині здатності приносити дохід і включає природжені здібності і талант, а також освіту та набуту кваліфікацію [5, с. 303]. Існують і інші визначення, однак головним чином вони пов'язані зі здатністю людини капіталізувати свої знання, вміння, здоров'я, особливості взаємовідносин з членами суспільства.

Виходячи з даних теоретичних позицій було вирішено дослідити, як рівень освіти населення України може визначати якість та особливості людського капіталу. Як базу дослідження були використані дані державних статистичних спостережень домогосподарств за основними показниками щодо доходів, витрат та умов життя. Результати цього обстеження отримали назву «Анонімні мікродані по особах, які входять до складу домогосподарства» за 2020 рік [6]. Файл по домогосподарствах сформовано на підставі опитування 16,9 тис. осіб. У процесі обстеження були отримані дані по особах щодо віку, статі, рівня освіти, соціально-економічного статусу особи, індивідуальних доходів, окремих характеристик рівня доступності медичних послуг, доступу до Інтернету тощо. Також респонденти відповідали на питання відносно типу населеного пункту, де вони мешкають. На це питання було три варіанти відповіді: велике місто, мале місто та сільська місцевість. Саме за цим критерієм і було вирішено поділити досліджувану сукупність. Крім того, всі особи були поділені за рівнем освіти: вища та середня освіта. Результати обробки даних наведено у табл. 1.

Отримані результати дають можливість стверджувати, що обрані критерії поділу досліджуваної сукупності дають можливість виділити суттєві відмінності між групами. Можна чітко констатувати, що рівень освіти має

Таблиця 1

Вплив рівня освіти на формування окремих соціально-економічних характеристик людського капіталу, за даними 2020 року

Показники	Вища освіта (повна, базова, неповна)			Середня освіта (повна, базова, початкова)		
	велике місто	мале місто	сільська місцевість	велике місто	мале місто	сільська місцевість
Вік						
до 18 років	0	0	0	23	28	35
18–35 років	380	273	227	213	204	424
36–55 років	610	585	598	366	494	1153
56–59 років	110	114	82	58	75	277
60 років і старше	676	597	554	497	792	1655
Соціально-економічний статус						
працюючий за наймом	1007	844	743	479	504	1062
роботодавець, самозайнятий	41	24	20	9	34	78
пенсіонер	570	547	521	463	777	1732
інше	48	62	104	160	197	523
Заняття спортом і фізкультурою хоча б раз на тиждень						
так	627	494	353	337	328	499
ні	1155	1084	1110	829	1281	3045
Чи зверталися Ви за медичною допомогою протягом останніх 12 місяців?						
так	1451	1194	1052	958	1129	2335
ні	331	380	405	205	468	1182
Чи палите						
так	265	178	136	234	293	628
ні	1517	1396	1321	929	1304	2889
Дохід від зайнятості	84960	81244	68848	64367	56253	48623
Інші доходи	39228	35867	31326	32086	30662	28175

Джерело: власні розрахунки

суттєвий вплив на величину отримуваних доходів. Респонденти, які мешкали у великих містах, отримували в середньому 84960 грн, тоді як з середньою освітою – лише 64367 грн, у малих містах це співвідношення дорівнювало 81244 грн та 56253 грн, у сільській місцевості – 68848 грн та 48623 грн. Перевірка надійності даних розбіжностей проводилась за допомогою t-критерію Стьюдента порівняння середніх. Вона дозволила встановити, що ці розбіжності мають майже 100 % надійності (рис. 1).

Також звертає на себе уваг факт того, що в сільській місцевості рівень доходів населення як з вищим, так і з середнім рівнем освіти суттєво поступався відповідним доходам у великих і навіть малих містах. Крім того, люди з вищою освітою, як у великих містах, так і в сільській місцевості та малих містах, більше займались спортом, частіше відвідували медичні заклади, та навіть у відносному вимірі менше палили. Подібні результати дають підстави стверджувати, що рівні освіти має безпосередній вплив на якість формування людського капіталу.

Література

1. Мельничук Д. П. Людський капітал: пріоритети модернізації суспільства у контексті поліпшення якості життя населення. Житомир : Полісся, 2015. 564 с.
2. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. Київ : Знання, 2001. 254 с.
3. Грішнова О. А., Брінцева О. Г. Конкурентоспроможність вищої освіти і працівників: як створюється фіктивний людський капітал? *Ринок праці та зайнятість населення*. 2018. № 1. С. 15-20.
4. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. Москва Academia, 1999. 956 с.
5. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика. Москва : Дело ЛТД, 1993. 864 с.
6. Анонімні мікродані по особах, які входять до складу домогосподарства // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>



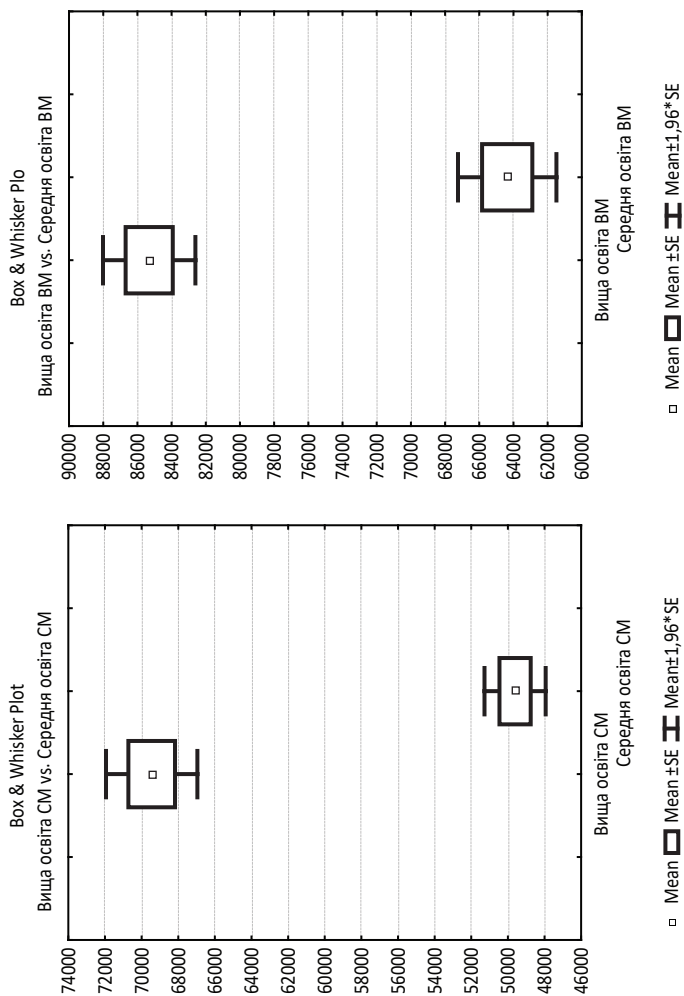


Рис. 1. Діаграма розмаху доходів осіб з різним рівнем освіти у сільській місцевості та у великих містах в Україні у 2020 році

УДК 378

Формування взаємодії освіти, науки та бізнесу в умовах розвитку інноваційної економіки

Остапенко Вікторія Миколаївна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри митної справи
та оподаткування ХНЕУ ім. С. Кузнеця (Харків, Україна),
e-mail: viktoria.ostapenko@hneu.net

Глобальними цілями сталого розвитку ООН [1] є якісна освіта, гідна праця та економічне зростання, необхідність використання «інноваційних технологій», «інноваційних підходів», партнерство заради сталого розвитку тощо. Питання інноваційного розвитку національної економіки є актуальними, адже завдяки взаємодії освіти, науки та бізнесу досягається ефект синергії – отримуються необхідні результати у вигляді ефективних заходів досягнення значного економічного та соціального зростання в державі. Наразі виникає необхідність щодо формування переліку пріоритетних напрямів розвитку науки і техніки та інноваційної діяльності, а також механізму їх реалізації, які повинні відповідати європейським і світовим тенденціям, що обумовлено низкою факторів:

- потребує оновлення пріоритетів науки і техніки та інноваційної діяльності, оскільки закінчився термін дії попереднього переліку;
- наявні пріоритети не відображають реального економічного та наукового стану країни;
- пріоритети повинні бути об'єднані та мають забезпечити нерозривний ланцюг від ідеї до його реалізації в економіці.
- підхід до відбору пріоритетів – це визначення напрямів інноваційної діяльності держави.

Відповідно до Національної економічної стратегії на період до 2030 року [2], забезпечення інноваційного випереджального економічного зростання сприятиме людському розвитку через відповідну якість освіти, науки, медицини, культури та навколишнього природного середовища. Стратегією визначено такі орієнтири, принципи та цінності в економічній політиці, як розвиток підприємництва, інновацій і талантів, а очікуваним результатом виконання Стратегії є визначення та суспільна підтримка стратегічного

1. *Journal of Management Studies*, 1996, 33, 1, 1-14.

1. *Journal of Management Studies*, 1996, 33(1), 1-14.

1. *Journal of the American Medical Association*, 1997; 277: 1001-1005.

Відповідно до Національної економічної стратегії на період до 2030 року забезпечення інноваційного випереджального економічного зростання сприятиме людському розвитку через відповідну якість освіти, науки, медицини, культури та навколишнього природного середовища. Стратегією визначено такі орієнтири, принципи та цінності в економічній політиці, як розвиток підприємництва, інновацій і талантів, а очікуваним результатом виконання Стратегії є визначення та суспільна підтримка стратегічного курсу держави в економічній сфері, послідовна реалізація якого дасть змогу стимулювати розвиток інновацій і модернізацію секторів економіки для забезпечення їх конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

|||||

ду з приватним сектором є щорічний Всеукраїнський фестиваль інновацій, організований Міністерством освіти та науки України (МОН) у партнерстві з Європейською мережею підприємств, яка визначає та скеровує фінансування на інноваційні проекти зі значним потенціалом комерціалізації.

Відповідно до ЗУ «Про наукову і науково-технічну діяльність» [5] пріоритетним напрямом реформування системи вищої освіти є подолання розриву між наукою та освітою та створення дослідницьких університетів за зразком закордонних, що посідають лідерські позиції у світових рейтингах (табл. 1). Головною метою такого університету є підготовка конкурентоспроможних висококваліфікованих фахівців у природничих, математичних та інженерно-технічних галузях, які здатні впливати на інноваційний розвиток.

Згідно зі ст. 67 Закону України «Про вищу освіту» [6] ЗВО, який провадить наукову діяльність, що має важливе значення для науки, економіки та виробництва, і хоче отримати відповідну державну підтримку, має право пройти державну атестацію відповідно до Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність». Згідно з ч. 3 ст. 19 цього Закону затверджено Порядок проведення державної атестації ЗВО в частині провадження ними наукової (науково-технічної) діяльності, яким визначено методiku оцінювання наукових напрямів закладів вищої освіти під час проведення державної атестації ЗВО в частині провадження ними наукової (науково-технічної) діяльності. Ця методика визначає систему показників наукової і науково-технічної діяльності закладу вищої освіти за науковим напрямом, процедуру утворення системи показників, механізм формування атестаційної та експертної оцінок, механізм визначення кваліфікаційної групи, до якої віднесено ЗВО за науковим напрямом.

Законодавчо-нормативне забезпечення, яке регулює наукову, науково-технічну та інноваційну сфери, складається із двох рамкових законів, низки законів, що регулюють окремі аспекти цих видів діяльності, а також сотень нормативно-правових актів. З метою розв'язання наявних у цих сферах проблем ухвалено низку нормотворчих ініціатив Міністерства, започаткованих у 2020-му і запланованих на 2021 рік (табл. 2) [7]. МОН України на 2021 рік заплановано систематизацію законодавства у сфері науки та інновацій, зокрема, з метою підвищення рівня впровадження (комерціалізації) результатів наукових досліджень та інтеграції закладів вищої освіти і наукових установ із промисловістю на основі комунікаційної платформи «Наука для бізнесу».

Таблиця 1

Напрями реформування системи вищої освіти та науки як основа державної інноваційної політики

Напрям	Приклади реалізації
1	2
Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» [5] спонукає до подальшого розвитку плідної конструктивної співпраці Національної академії наук, національних галузевих академій наук та Міністерства освіти і науки України, налагодження партнерських відносин у напрацюванні та здійсненні єдиної державної науково-інноваційної політики	У НАНУ функціонують 12 науково-дослідних установ, які одночасно підпорядковані Національній академії наук та Міністерству освіти і науки України, що оформлено відповідною угодою. Підготовка студентів низки університетів здійснюється на базових кафедрах у 20 установах НАНУ. Близько 1,8 тис. співробітників НАНУ викладають у закладах вищої освіти. При НАНУ України функціонують 67 центрів колективного користування, де університетські викладачі можуть працювати на найновішому обладнанні
Для поглиблення інтеграції науки та освіти велике значення має організація спільних науково-навчальних об'єднань. У них фактично зникне межа між дослідженнями й освітньо-кваліфікаційними роботами, між викладачем і вченим, оскільки наука передаватиме освіті останні досягнення, формуючи її передовий зміст, а вища школа забезпечуватиме наукову сферу майбутніми вченими, які обізнані із сучасною методологією науки.	Київський академічний університет створюється шляхом реорганізації Фізико-технічного навчально-наукового центру НАН України. Університет здійснюватиме набір студентів на бакалаврську програму на базі Київського національного університету імені Тараса Шевченка, починаючи із заочної фізико-технічної школи для старшокласників Малої академії наук України на умовах ретельного відбору. Набір на освітні магістерські програми Київського академічного університету буде реалізовуватись у співпраці з профільними науковими установами НАН України.
Тому важливим кроком є ухвалення рішення про створення Київського академічного університету як державної наукової установи подвійного підпорядкування – НАН України та МОН України	У підготовці бакалаврів академічного університету має також взяти участь НТУУ «Київський політехнічний інститут імені І. Сікорського», класичні технічні університети Харкова, Львова, Дніпра, Одеси. Черговим етапом мають бути освітні програми третього циклу вищої освіти, які будуть реалізовуватись на базі академічних інститутів НАНУ із наступним рівнем конкурсного відбору. Для вдосконалення системи підготовки матеріалознавців та металургів підтримується тісне співробітництво інженерно-фізичного факультету Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут

Закінчення табл. 1

1	2
	імені Ігоря Скорського» з установами Відділення фізико-технічних проблем матеріалознавства НАН України
Одним зі шляхів формування пріоритетів і державних замовлень на науку в університетах може стати залучення представників підприємств, які успішно працюють на внутрішньому та зовнішньому ринках	Налагоджено співпраці з високотехнологічним виробництвом сприяють угоди про проведення пілотного експерименту, підписані між ДП «КБ «Південне» та НАНУ, а також між ДП «КБ «Південне» і двадцятьма університетами МОНУ
В період ведення гібридної війни надзвичайно важливою є співпраця учених та вітчизняних підприємств оборонного комплексу. В умовах зовнішньої агресії та міжнародної невизначеності військово-політичне керівництво держави потребує високоякісних науково-аналітичних, прогностичних розробок	Продуктами спільної роботи студентсько-викладацького складу «Київської політехніки» та оборонпрому є розробки сучасної української автоматичної стрілецької зброї, гідроакустичні системи, які забезпечують виявлення підводних засобів, автоматизована система охорони кордонів, системи протидії кібератакам, інші інновації
У розвинених країнах визначальною є тенденція до розширення технологічної і наукової кооперації між університетами та іноземними промисловими фірмами. Українські вчені мають напрацювання світового рівня, а інтеграція академічної та університетської науки може дати додатковий поштовх іноземним інвестиціям. Також позитивну роль у залученні коштів може відіграти міжнародна наукова співпраця університетів, які спільно виконуватимуть замовлення на розробки	Посилення наукового складника у ЗВО, розвиток університетської науки є одним із пріоритетів МОНУ. Незважаючи на економічні труднощі та обмеженість у коштах, фінансування наукових досліджень і розробок ВНЗ та наукових установ, що належать до сфери управління міністерства, збільшилося майже на 40 % – із 366,6 до 507,4 млн грн. Нині фінансування наукових досліджень і розробок у ВНЗ відбувається за прозорим конкурсним відбором, що дає змогу обирати кращі проекти та кращі колективи, здатні їх реалізувати. Нині у МОН триває робота над удосконаленням порядку проведення конкурсу з метою збільшення кількості досліджень прикладного характеру. Також серед пріоритетних – дослідження, спрямовані на підвищення обороноздатності й безпеки країни

З метою розвитку науки та інновацій реалізуються завдання, спрямовані на досягнення трансформації української освіти на інноваційне середовище, а науковці мають можливості та ресурси для проведення досліджень, що безпосередньо впливатимуть на соціально-економічний та інноваційний розвиток держави. Галузь освіти та науки мають перетворитися на важіль соціальної рівності та згуртованості, економічного розвитку і конкурентоспроможності України.

Вища освіта повинна створювати умови для отримання сучасних знань для вирішення комплексних завдань, створення якісних та інноваційні інтелектуальні продукти та поділяють цінності вільного демократичного суспільства. Основою державної політики є розширення автономії закладів вищої освіти та впровадження прозорих і справедливих умов доступу до якісної вищої освіти.

Реформування наукової компоненти вищої освіти гальмується через недосконалість нормативно-правового забезпечення. Успішна імплементація законів України «Про наукову і науково-технічну діяльність» [5] та «Про вищу освіту» [6] потребує внесення до цих документів низки доповнень і уточнень, які б урегулювали такі моменти (табл. 2).

Таблиця 2

Результати та цілі МОН у сфері науки й інновацій

Завдання МОН у сфері науки та інновацій, що виконані у 2020 році	Завдання МОН, над якими триває робота у сфері науки й інновацій
1	2
Затверджено програми полярних досліджень та забезпечено їх реалізацію	Затвердження Концепції державної програми розвитку дослідницьких інфраструктур в Україні на 2021–2026 рр.
Здійснено аналіз технологічних потреб ринку та можливостей підприємств до використання українських технологій	Створення онлайн-платформи для комунікації між учасниками інноваційного процесу (платформа «Наука та бізнес»); Затвердження Концепції реалізації державної політики розвитку українських е-інфраструктур до 2023 року та план заходів до неї
Забезпечено оцінювання ефективності діяльності наукових установ: проведено державну атестацію 224 наукових установ	Розроблення Закону України «Про основні засади формування та реалізації пріоритетних напрямів наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності в Україні»

1	2
Забезпечено роботу Національного фонду досліджень (НФД) як джерела незалежного грантового фінансування та проведено перші конкурсні відбори проєктів з виконання наукових досліджень і розробок Фондом	Доопрацювання законопроекту «Про внесення змін до Закону України «Про наукову і науково-технічну експертизу»
Розширено доступ громадян до відкритих даних щодо наукової діяльності окремих вчених, наукових установ та ЗВО, які отримують державну підтримку	Розроблення та внесення на розгляд Уряду законодавчих актів щодо міжнародного співробітництва України з ЄС та США. Забезпечення інтеграції до європейського та світового дослідницького просторів та виконання міжнародних зобов'язань України у сфері науково-технічного співробітництва
Забезпечено фінансування наукових (науково-технічних) робіт та проєктів за рахунок зовнішнього інструменту допомоги Європейського Союзу для виконання зобов'язань України в Рамковій програмі Європейського Союзу з наукових досліджень та інновацій «Горизонт 2020»	Проведення конкурсного відбору наукових, науково-технічних робіт та проєктів, які фінансуються за рахунок зовнішнього інструменту допомоги Європейського Союзу для виконання зобов'язань України в Рамковій програмі Європейського Союзу з наукових досліджень та інновацій «Горизонт 2020»

Джерело: складено на основі [13]

Напрямами подальших досліджень щодо формування взаємодії освіти, науки та бізнесу в умовах розвитку інноваційної економіки мають стати:

- формування нової генерації національної наукової еліти, створення умов для професійної реалізації здібної молоді та припинення її відтоку з науки, що дозволить забезпечити інтенсифікацію інтеграції нашої країни у світовий науковий простір, що сприятиме розвитку інноваційної економіки;
- розширення технологічної і наукової кооперації між університетами та промисловими бізнесом, інтеграція академічної та університетської науки дає можливість формування пріоритетів і державних замовлень на науку в університетах, дозволить залучити представників підприємств, які успішно працюють на внутрішньому й зовнішньому ринках;

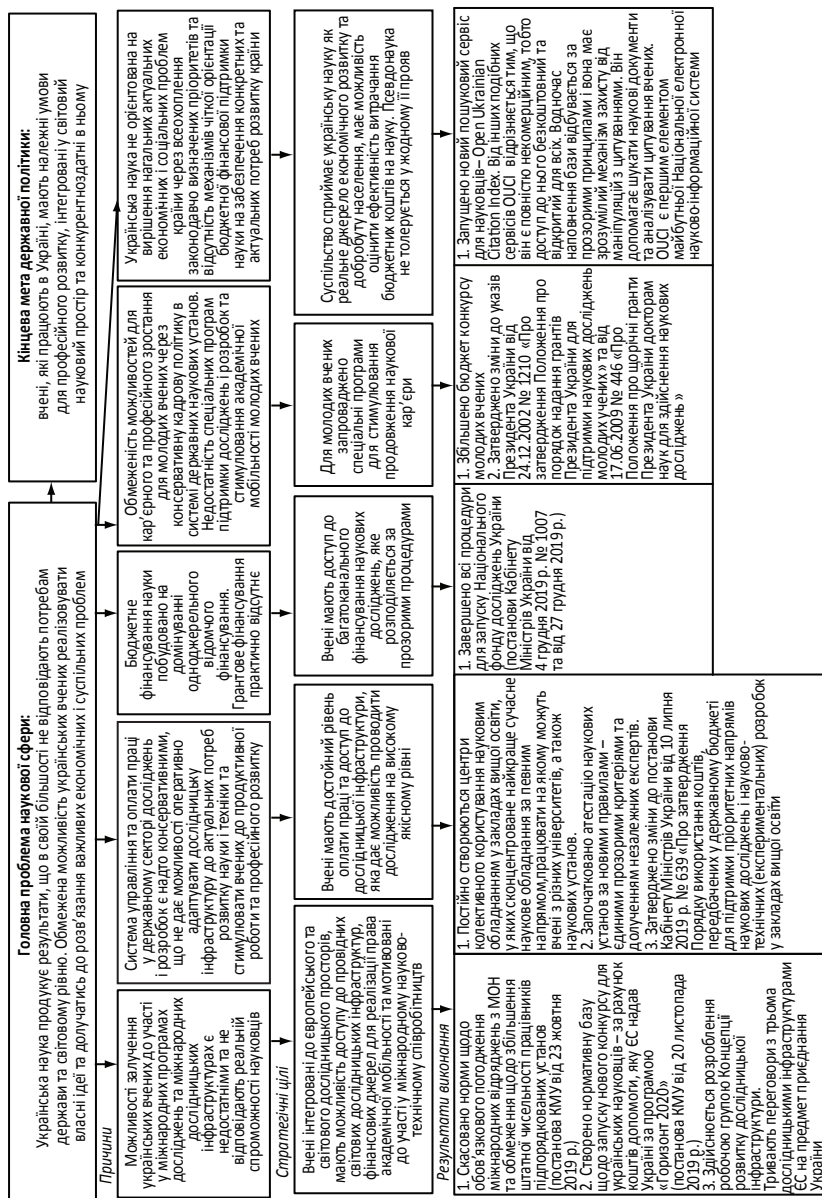


Рис. 1. Проблеми та пріоритетні напрями державної політики МОН України у сфері науки [12]

- ♦ поглиблення методичних засад визначення рівнів взаємодії економічних, освітніх і наукових стейкхолдерів, обґрунтування їх ролі в забезпеченні інноваційного розвитку національної економіки ґрунтується на інтелектуальних ресурсах, наукоємних та інформаційних технологіях, ефективному використанні і якісному вдосконаленні всіх факторів виробництва і сприятиме формуванню нової якості суспільно-державних відносин;
- ♦ розробка інструментів і заходів фіскального стимулювання та державної підтримки взаємодії «освіта-наука-бізнес», які будуть застосовуватися до закладів освіти та науки й роботодавців, дозволити спрямувати додаткові кошти на освітні, наукові та інноваційні розробки та виявити основні резерви посилення конвергенції, спрямовані на активізацію наукової діяльності та підвищення якості наукових розробок закладами вищої освіти.

Література

1. Цілі сталого розвитку. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>
2. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : Постанова КМУ від 03.03.2021 № 179. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverd-zhennya-nacionalnoyi-eko-a179>
3. Agenda 21. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/outcomedoments/agenda21>
4. Стратегії Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти до 2022 року. URL: <https://naqa.gov.ua/місія-та-стратегія-агентства/>
5. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України від 25.12.2015 № 922-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text>
6. Про вищу освіту : Закон України від 02.10.2021 № 1556-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>
7. Пріоритети науково-технічної та інноваційної діяльності: триває перегляд законодавства. URL: <https://Mon.Gov.Ua/Ua/News/Prioriteti-Naukovo-Tehnichnoyi-Ta-Innovacijnoyi-Diyalnosti-Trivaye-Pereglyad-Zakonodavstva>
8. Про зміну складу Національної ради з питань розвитку науки і технологій : Розпорядження КМУ від 25.10.2020 № 1499-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zminu-skladu-nacionalnoyi-radi-z-pitan-rozvitku-nauki-i-tehnologij-i251120-1499>
9. Про внесення змін до Положення про Національну раду України з питань розвитку науки і технологій : Постанова КМУ від 09.12.2020 № 1219. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1219-2020-n#Text>

10. Про внесення змін до Порядку формування та використання коштів Національного фонду досліджень України : Постанова КМУ від 03.06.2020 № 443. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/443-2020-п#Text>

11. Про внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 04.07.2018 № 528 і від 04.12.2019 № 1007 : Постанова КМУ від 18.11.2020 № 1133. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1133-2020-п#Text>

12. Перехідна книга МОН за період з вересня 2019 по березень 2020. URL: http://puet.edu.ua/sites/default/files/2020-03-05_mon_perehidna_knyga_09.2019-03.2020.pdf

13. Звіт Міністерства освіти і науки України з виконання оперативного плану Міністерства освіти і науки України на 2020 рік та основні цілі на 2021 рік. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2021/03.02.2021/ZVIT%20MINISTERSTVA%20OSVITY%20I%20NAUKY%20UKRAYINY%20Z%20VYKONANNYA%20OPERATYVNOHO%20PLANU.pdf>



нарешті принципово нових організаційних форм і методів управління виробництвом [2].

Зазначені тенденції призводять до все більшого посилення значущості саме інтелектуальних та інноваційних факторів конкурентоспроможності макро- та мікроекономічних систем. Так, якщо в США з 1920 по 1957 рр. приріст національного доходу за рахунок технологічної та інноваційної складової становив близько 40 %, то в останні десятиріччя цей показник наближається до 90 % [3].

У звіті ЮНЕСКО, присвяченому світовому розвитку науки 2021 р. «Гонка з часом за розумніший розвиток» (UNESCO SCIENCE REPORT The race against time for smarter development), зазначено, що для країни будь-якого рівня доходів наука стає синонімом сучасності та економічної конкурентоспроможності. Саме наука дає надію на захист від зміни клімату, руйнівних бурь, пожеж, посух, пандемій тощо. Однак бізнес не завжди підтримує цей «порядок денний» через відсутність мотивації чи потенціалу, продовжуючи імпортувати готові технології, а не розвиваючи власні. На країни «Великої двадцятки» досі припадає дев'ять десятих витрат на дослідження, дослідників, публікації та патенти. Хоча витрати на дослідження зросли в більшості регіонів між 2014 та 2018 роках, 80 % країн все ще інвестують менше 1 % ВВП у НДДКР.

Цікавим є висновок доповіді стосовно ролі держави та уряду країн, які мають уряди будуть не тільки більше витрачати на НДДКР; їм також потрібно інвестувати ці кошти стратегічно. Це тягне за собою довгострокову перспективу і узгодження їх економічної, цифрової, екологічної, промислової та сільськогосподарська політики. Для країн, що розвиваються, подвійний зелений і цифровий перехід симулює прискорення процесу індустріалізації, що зазвичай триває десятиліття. Для всіх країн цей перехід вимагає комплексного підходу до довгострокового планування і великі інвестиції в інфраструктуру.

Також у доповіді зазначено, що пандемія Covid-19 завдала важкі людські та соціально-економічні збитки, але одночасно продемонструвала цінність цифрових технологій та науки в цілому в надзвичайній ситуації.

Аналіз структури економіки свідчить про домінування таких її складових: агросектор, торгівля, металургійна, харчова і хімічна промисловість та IT-індустрія. Падіння промислового виробництва загалом і особливо науко-

містких виробництв інвестиційного спрямування веде до деградації та деіндустриалізації національної економіки. Питома вага промисловості у структурі ВВП постійно скорочується.

Тривалий час зменшується роль переробної промисловості у створенні ВВП країни, що свідчить про ознаки економічного занепаду і технологічної відсталості. У структурі промисловості переважають сировинно-добувні та низькотехнологічні виробництва. Економіка України технологічно продовжує старіти. Частка підприємств, які впроваджують нові технології, скоротилася з 14,8 % у 2001 році до 13,8 % у 2019 році. Середній показник у Євросоюзі – 51 %. Частка реалізованої інноваційної продукції від усього обсягу випуску промислових підприємств України скоротилася з 9,4 % у 2001 році до 1,3 % у 2019 році. У ЄС цей показник становить 17 % [4].

За рівнем технологічності українська промисловість на третину позаду від показників країн Європейського Союзу, за часткою хай-тек-продукції в експорті відстає у чотири-вісім разів, за енергоефективністю – у десятиєро. Завдяки введенню нових технологій приріст ВВП становить 0,7 % проти 60–90 % у розвинених країнах.

Таблиця 1

Структура ВВП України у 2020 р. за галузями [4]

	Валова додана вартість галузі у 2020 р., млрд грн	Зміна обсягу до 2019 р., %	Частка галузі у ВВП, %
1	2	3	4
Сільське господарство	389	-11,5	9,3
Добувна промисловість	190	-3,1	4,5
Переробна промисловість	425	-6,0	10,1
Постачання електроенергії, газу, води	139	-1,5	3,3
Будівництво	120	5,2	2,9
Торгівля	585	4,9	13,9
Транспорт і логістика	262	-16,4	6,3
Тимчасове розміщування й організація харчування	27	-28,5	0,6
Інформації та телекомунікації	208	2,3	5,0

Закінчення табл. 1

1	2	3	4
Фінансово-кредитний сектор	133	1,2	3,2
Нерухомість	268	1,2	6,4
Професійна, наукова, технічна діяльність	137	-12,0	3,3
Адміністративне обслуговування	59	-12,4	1,4
Державне управління та оборона	303	1,5	7,2
Освіта	181	-4,8	4,3
Охорона здоров'я та соціальна допомога	113	2,2	2,7
Мистецтво, спорт, розваги	23	-12,7	0,5
Інші послуги	34	-23,1	0,8
Чисті податки на продукти	597	-5,7	14,2

Негативні зміни у структурі економіки віддзеркалюють тенденції експорту України. По-перше, невинне зростання частки сировинного експорту до 72,1 % (у 2001 році на сировину припадало 64,5 % експорту, у 2015 році – 69,6 %). Частка продукції з використанням технологій середнього та високого рівнів з 2015 року впала з 19,1 % до 15,4 % (у 2001 році – 25,1 % експорту). Обсяги половини експорту з України залежать від умов десяти країн: Китаю, Польщі, Росії, Білорусі, Туреччини, Індії, Єгипту, Німеччини, Нідерландів, Італії, що свідчить про надлишкову географічну концентрацію [4].

Позитивною тенденцією є високі темпи розвитку ІТ-галузі: у 2012 році внесок ІТ в економіку країни становив 0,8 % ВВП України, а нині – уже 5 % [5]. На сьогодні експорт ІТ-послуг України приносить понад 3 млрд дол. на рік і складає чверть всього експорту послуг. Українська ІТ-індустрія пройшла еволюцію від аутсорсингу до сервісного консалтингу, пропонуючи комплексні рішення бізнес-завдань клієнта, фокусуючись на індивідуальному підході. Ця модель створила величезний попит на нетехнічних фахівців (бізнес-аналітик, менеджер продукту, HR-фахівець, юрист, бухгалтер, менеджер з продажу, маркетолог тощо). Зараз починають активно створюватися так звані R&D-

офіси – це офшорні центри досліджень і розробки, в якому замовник і виконавець є однією компанією, тобто дослідницькі підрозділ великої продуктової ІТ-компанії в іншій країні.

Також розвиток в Україні інформаційних технологій призвів на сучасному етапі до активного формування ІТ-кластерів і технологічних стартапів, які потім купляються великими міжнародними компаніями. Наприклад, компанія Google купила українську компанію Viewidle, що займалася технологіями розпізнавання облич. Snapchat купила Looksergy – модифікатор облич на фото у смартфонах в реальному часі. Американська компанія Snap Inc купила стартап AI Factory з офісами в Україні за суму \$166 млн. Oracle купила Maxymiser – «хмарне» рішення з тестування та оптимізації роботи для брендів [5]. На жаль, складається ситуація коли українські технології активно використовуються у розвинених країнах світу і при цьому мало що з розробленого впроваджуємо в Україні.

Високі технології не обмежуються виключно розробкою програмного забезпечення. Це також розробка рішень для промисловості, запровадження високих технологій в реальному секторі економіки. Наразі Україна не може похвалитися досягненнями в цьому напрямку, хоча в неї є великий потенціал, а загальна забюрократизованість процесів і ресурсні обмеження гальмують ці процеси.

Таким чином, формування дієвої структурної політики і стратегії підвищення міжнародної конкурентоспроможності української економіки неможливо без урахування надзвичайної обмеженості фінансових і часових ресурсів. Внаслідок інвестиційно-інноваційних обмежень прорив української економіки до світового рівня конкурентоспроможності за «широким напрямком» є неможливим. Імперативом стає використання управлінських технологій «інноваційного стрибка», що мають стати домінантними як на рівні державного управління, так і у світогляді топ-менеджменту вітчизняних підприємств.

Історичними прикладами використання проривних технологій у структурній політиці є досвід японського управління конкурентоспроможністю у 50–60 рр. XX століття, економічне відродження Німеччини після Другої світової війни. Проривну функцію управлінської науки в умовах «нової конкуренції» було використано і в США в переході до науково-технологічної парадигми розвитку й підвищення конкурентоспроможності.

Структуруювальну роль у системах управління економічним розвитком цих країн відігравала технологія прориву як цілісна єдність матеріальних ресурсів, ідей та оригінальних управлінських рішень. Її особливості визначаються метою та спрямованістю дій. Якщо в межах традиційного менеджменту управлінські рішення розгортаються за принципом «для того, щоб», то в рамках проривних технологій та інвестиційно-інноваційного модуля вони визначаються принципом «внаслідок того, що».

Головна мета інвестиційно-інноваційного модуля полягає у досягненні / перевищенні світових стандартів конкурентоспроможності на основі моніторингу, ранжування та вибору пріоритетів науково-технологічного розвитку України. Системна оцінка ефективності наявного науково-технологічного потенціалу має визначати модульну схему «паспортизації» національних програм інноваційно-технологічного розвитку України. При селективній фінансовій підтримці реалізація навіть окремих із них (наприклад, у розробці нових поколінь авіатехнологій, нових виробничих технологій тощо) здатна забезпечити технологічну базу першого етапу прориву та створити плацдарм для включення точок зростання української економіки у світові технологічні мережі та комплекси.

Наведена на рис. 1 модель інвестиційно-інноваційного модуля прориву до світового рівня конкурентоспроможності відображає його як інтегровану сукупність трьох контурів системи управління – інформаційно-параметричного, організаційного і функціонального [6].

Інформаційно-параметричний контур визначає необхідні для технологічного прориву параметри нововведення, які відповідають (або перевищують) світовому рівню новизни, що створює підґрунтя для прийняття рішень щодо визначення пріоритетних науково-технологічних напрямків прориву.

Найважливішим моментом у формуванні інформаційно-параметричного контуру є інформаційне забезпечення робіт зі стандартизації, і передусім – формування першоджерел міжнародного технологічного регулювання та каталогів стандартів, які обов'язково мають містити екологічні вимоги. Враховуючи, що вітчизняна система стандартизації створювалася в складних умовах трансформаційних перетворень, нестабільної фінансової й економічної ситуації та на основі розгалуженої системи стандартизації колишнього СРСР, в процесі формування інформаційно-параметричного контуру важливого значення набуває розширення співробітництва із міжнародними організаціями і, зокрема, із системами стандартизації країн Європейського Союзу.

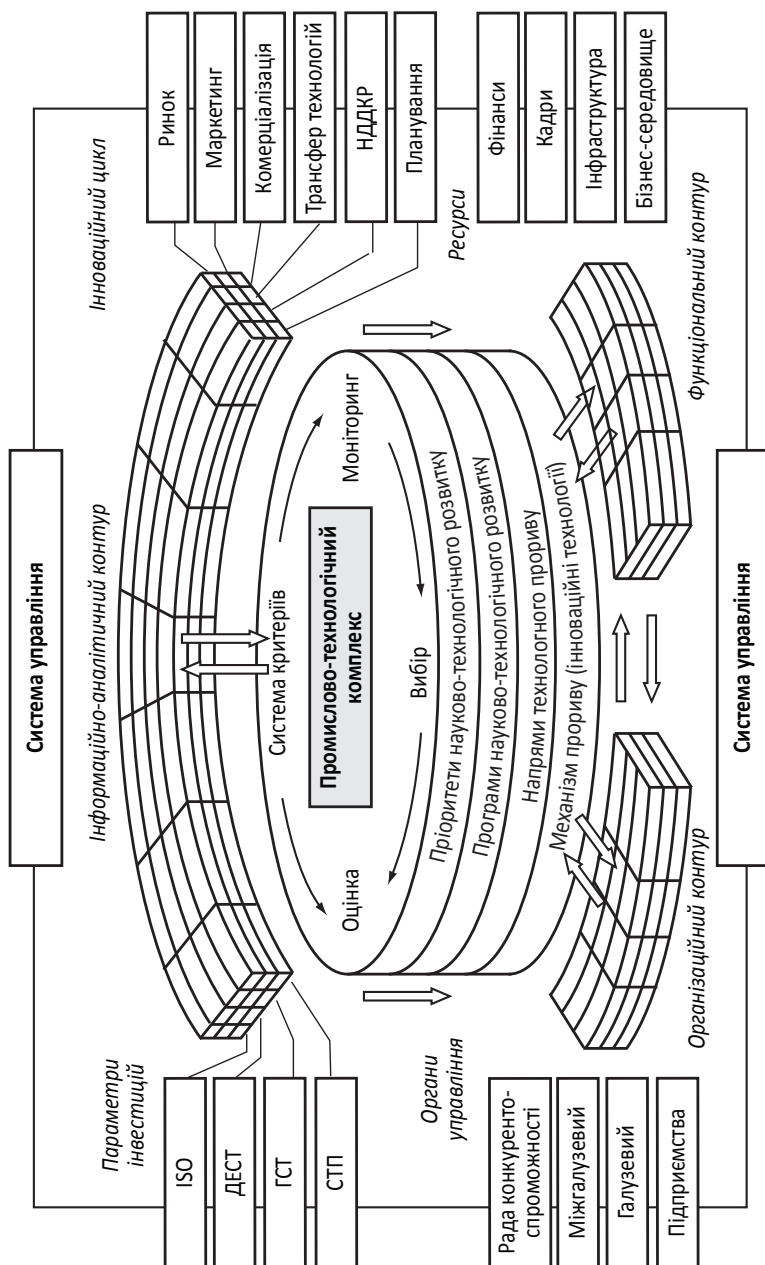


Рис. 1. Модель інвестиційно-інноваційного модуля прориву до світового рівня конкурентоспроможності

Організаційний контур забезпечує ранжування, оцінку та вибір пріоритетних науково-технічних програм, комплексне узгодження організаційних і соціально-економічних заходів. Формування організаційного контуру вимагає створення в Україні єдиного органу, відповідального за координацією робіт, у виборі стратегічних напрямків інноваційно-технологічного прориву та визначення перспективних підприємств і виробництв.

Функціональний контур забезпечує узгодження та реалізацію усіх стадій інноваційного процесу – від планування (проекткування) до ринкового споживання інноваційного продукту.

У сукупності три контури системи управління інноваційним модулем забезпечують моніторинг, визначення пріоритетних напрямків, технологію інноваційного прориву та реалізацію і контроль виконання стратегії прориву до світового рівня конкурентоспроможності.

Аналіз та узагальнення світового досвіду інкорпорування проривних технологій у механізми синтезу систем управління національною конкурентоспроможністю свідчить про їх швидкий ефект і значну результативність. Так, Друга світова війна справила руйнівний вплив на економіку Японії, але вже у 1968 році, тобто через двадцять років після війни, за розміром Валового національного продукту країна вийшла на третє місце у світі, після США та ССРСР. Уряду Німеччини, що впроваджував проривні реформи Л. Ерхарда, знадобилося лише дванадцять років, щоб потроїти валовий внутрішній продукт країни у 1950–1962 рр. [7].

Ускладнення економічного середовища, підвищення його мінливості, турбулентності та невизначеності ставлять певні вимоги до сучасної структурної політики країн і підвищують значущість управлінських технологій «інноваційного стрибка» саме через їх можливість досягати значних структурних зрушень за короткий проміжок часу.

Сучасним прикладом використання проривних технологій та інвестиційно-інноваційного модуля прориву для досягнення світового рівня конкурентоспроможності окремого регіону є створення технопарку в Словаччині, Кошицької області, с. Кехнец.

Минуле Словаччини має багато спільного з Україною. Незалежність країни була проголошена в 1993 році, але Словаччина подолати велику частину складного переходу від централізованої планової економіки до ринкової і змогла в дуже короткий час (2002–2005 роки) переорієнтуватися на західний

ринок. Зараз це індустріально-аграрна країна, що посідає друге місце (після Польщі) за динамікою економічного зростання серед країн ЄС.

Згідно з дослідженням німецької Торгової палати, близько половини німецьких інвесторів розглядають Словаччину як найкраще місце для інвестицій. До моменту розпаду Чехословаччини на початку 1990-х років на території Словаччини було відсутнє виробництво автомобілів, а в Братиславі знаходився тільки Братиславський автозавод, що випускав комплектуючі для Чеських автомобілів Шкода. В кінці 1990-х і початку 2000-х років держава стала вживати серйозні кроки для залучення інвестицій за рахунок податкових пільг і допомоги інвесторам, завдяки цьому почалося будівництво великими іноземними ТНК автомобільних заводів на території країни. Країна поступово стала лідером в залученні прямих іноземних інвестицій в автомобільну галузь серед країн Центральної Європи. Були побудовані заводи компаній Volkswagen в Братиславі (на території корпусів Братиславського автозаводу), Peugeot Citroën і Kia Motors. Словаччина надала «Peugeot» 50 тис. дол. пільг на кожне створене робоче місце, а «Kia Motors» – 86 тис дол.

У 2008 році Словаччина вийшла на перше місце в світі з виробництва автомобілів на душу населення, при населенні країни в 5,4 млн людей в останні роки виробляється щорічно майже 640 тис. автомобілів, основна частина яких експортується в інші країни Європи (частка автомобілів в експорті країни перевищила 25 %). Словаччина стала одним з найпотужніших автовиробників Європи, забезпечуючи створення 8–10% внутрішнього валового продукту та понад 20 % промислового виробництва [8].

У цей час у Словаччині існує 71 діючий індустріальний парк, розвиток отримали такі галузі промисловості, як автомобілебудування, електроніка, машинобудування, хімічна промисловість, фармацевтика, інформаційні технології. У числі найбільших нових підприємств у Словаччині також: Samsung Electronics (електроніка), Sony (електроніка), Mondi Business Paper (папір), Hydro Aluminium (виробництво алюмінію) і Whirlpool (побутова техніка) [9]. Таким чином, приклад цієї країни засвідчує, що використання управлінських технологій економічного прориву в умовах привабливого інвестиційного клімату дозволяють здійснити технологічний стрибок і підвищити конкурентоспроможність національної економіки в умовах вкрай обмежених фінансових і часових ресурсів.

Світовий досвід показує, що в умовах початку четвертої технологічної революції стало економічне зростання держави, можливість досягнення ви-

сокого рівня конкурентоспроможності підприємств та корпорацій забезпечуються в основному за рахунок технологій та інноваційного чинника. Якісну технологічну модернізацію вітчизняної економіки можливо здійснити лише за наявності науково обґрунтованої структурної політики, що враховує характер перехідних процесів від індустріального до інформаційного суспільства, особливості матеріалізації глобальних науково-технічних ідей в галузі створення нових технологій, техніки, конструкційних матеріалів. Інвестиційно-інноваційні імперативи сучасної структурної політики мають бути забезпечені дієвими механізмами їхньої реалізації, стратегічним вибором напрямків, пріоритетів і моделей інноваційного розвитку. Невідкладна необхідність прискорення процесів переходу вітчизняних підприємств і економіки в цілому від депресивного стану до сталого, довгострокового розвитку і зростання припускає ефективне використання інноваційного потенціалу України і включення його у світовий інноваційний поділ праці.

Використання управлінських технологій «інноваційного стрибка» неможливо без створення привабливого інвестиційного клімату і впровадження ряду спеціальних стимулів, зокрема, системи преференцій в оподатковуванні прибутків в умовах інноваційного інвестування. Необхідно безпосереднє державне фінансування об'ємів науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, зв'язаних з адаптацією новітніх технологій до конкретних умов виробництва, де впроваджуються технологічні інновації. До основних напрямків розвитку інноваційної теорії і практики можна віднести використання макроекономічних чинників генерації базисних технологічних винаходів, дифузії науково-технічних нововведень, удосконалювання механізмів державного регулювання інноваційною діяльністю підприємств за допомогою промислової політики.

Бінарність наукових представлень «генерація – дифузія» повинна сприяти виходу вітчизняної економіки на вищий світовий рівень науково-технічних досягнень і забезпечувати конкурентоздатність підприємств промисловості на зовнішніх ринках технологічних продуктів.

Література

1. The Global Competitiveness Report 2019. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
2. Industry 4.0 – на порозі наступної промислової революції. URL: <http://appau.org.ua/>

3. UNESCO Science Report: The race against time for smarter development. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002354/235406e.pdf>

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

5. Коніна М. Де місце України у світі високих технологій. URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/techii/2020/01/21/655931/>

6. Піддубна Л. І. Управлінські аспекти мобілізації інноваційного ресурсу конкурентоспроможності українських підприємств. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2012. № 39. С. 261–265.

7. Мешкун Л. М. Німецька та шведська моделі побудови соціально-орієнтованої ринкової економіки. Економіка та управління національним господарством. 2014. № 3 (23). С. 31–37.

8. Kechnecké noviny: 2008–2013. URL: <http://www.kechnec.sk/clanok/archiv-kechnece-noviny>

9. Mázik M. História obce Kechnec. Komárno : Komárňanské tlačiarne, 2006.



УДК 003.658.1

Програма «соціальні інновації» у світлі досвіду публічного управління Польщі

Вацьковські Казімеж Станіславович,

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри інформатичних систем
Варшавського технологічного університету «Варшавська політехніка»
(Варшава, Польща), e-mail: k.wackowski@wip.pw.edu.pl;

Гордієнко Лариса Юріївна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри державного управління,
публічного адміністрування та регіональної економіки ХНЕУ ім. С. Кузнеця
(Харків, Україна), e-mail: gordienkolarisa@ukr.net

Сучасний соціальний розвиток більшості європейських країн ґрунтується на інноваційних засадах, в тому числі на значному поширенні соціальних інновацій у практику.

Особливо ця проблематика набрала актуальності з викликами, з якими зіткнулося людство наприкінці 2019 року, а саме розповсюдженням у світі COVID-19.

Ще в кінці 1990-х років спеціалісти ЄС виділили вісім напрямків науково-технічного розвитку, які визначались першочерговими для забезпечення соціально-економічного прогресу в країнах спільноти. Це, зокрема: захист навколишнього середовища, охорона здоров'я, освіта та підвищення кваліфікації, мобільність, комунікації та транспорт, сфера послуг, процесні та продуктові технології, біотехнології, інформаційні технології. Їх соціальна спрямованість є очевидною [1].

Відповідно до Лісабонської Стратегії, прийнятої в 2000 р., метою якої було побудувати до 2010 р. найбільш конкурентоспроможну динамічну економіку, засновану на знаннях, було визначено три складові:

- економічну складову, що має готувати підґрунтя для переходу до конкурентоспроможної динамічної економіки знань;
- соціальну складову, розроблену для модернізації соціальної моделі Європи за допомогою інвестицій в людський капітал та боротьби із соціальним відчуженням;

- екологічну складову (включена в Стратегію в червні 2001 р.), спрямовану на раціональне використання природних ресурсів та охорону довкілля.

Отже, відповідно до Лісабонської Стратегії, яка була скоригована у 2005 році, було посилено значущість соціальної складової з рекомендацією розробки програм «Соціальні інновації» для кожної країни Європейського Союзу.

У Польщі програму «Соціальні інновації» запровадили вперше з 2012 року. Відповідальність за цю програму було покладено на Національний центр досліджень і розробок (НЦДіР).

Програма соціальних інновацій НЦДіР – це програма підтримки наукового сектора, економічного середовища та сектора неурядових організацій у сфері здійснення та реалізації інноваційної діяльності та соціальних ініціатив, заснованих на досягненнях науки і техніки. Програма спрямована на організації, які здійснюють діяльність, спрямовану на стимулювання соціального розвитку та покращення якості життя в суспільстві, з особливим акцентом на ті групи та сфери, де є унікальна потреба в інноваційних рішеннях і нових соціальних ініціативах [2].

Основною метою Програми відповідно до [2] є покращення якості життя суспільства, з особливим акцентом на ті групи та сфери, де є реальна потреба в інноваційних рішеннях і здійсненні нових соціальних ініціатив.

Детальні цілі Програми включають як збільшення кількості впровадження інноваційних технічних рішень та інноваційних продуктів, послуг і процедур, що дозволяють вирішувати складні соціальні проблеми, так і розширення міжгалузевої співпраці на місцевому, регіональному та національному рівнях.

З вищезазначених детальних цілей в роботі [3] зроблено припущення, що в основу був прийнятий принцип субсидіарності, а отже, реалізація проєктів на мінімально можливих адміністративно-територіальних рівнях.

Крім того, враховуючи складність і специфіку соціальних інновацій, увага Програми була зосереджена на міжгалузевій діяльності, що орієнтована на різноманітні соціальні групи.

Згідно з визначенням, прийнятим НЦДіР для цілей реалізації цієї програми, «соціальні інновації – це рішення, які водночас відповідають соціальним потребам, а також викликають постійну зміну певних соціальних груп.

Ці рішення мають бути пов'язані з інноваційними продуктами, послугами чи процесами, які дозволяють вирішувати типові соціальні проблеми» [2].

Програма розрахована на консорціуми, що складаються щонайменше з одного наукового підрозділу та щонайменше одного підприємця або щонайменше двох дослідницьких підрозділів, з обов'язковою участю неурядової організації, яка має статус юридичної особи та зареєстрована на території Республіки Польща [2].

За перші два роки (2013 і 2014) виконання Програми було реалізовано 42 проекти. Більшість проектів стосувалися послуг або процесів із використанням ІТ-технологій, а саме: додатків для соціальних цілей (27), другою за важливістю сферою втручання були проекти, пов'язані з харчуванням, здоров'ям (безпека харчових продуктів, дослідження харчових продуктів, моніторинг здоров'я) (9), третя сфера підтримки – інфраструктура для людей з обмеженими можливостями (4).

Деякі проекти були пов'язані з проблемою освіти, ринком праці, бездомністю, побудовою соціальних мереж або моделей дорадчої демократії [3].

Як зауважує Л. Квецінські [3], враховуючи бюджет обох конкурсних етапів, обсяг коштів, який було виділено на такі амбітні сформульовані цілі, був відносно скромний. На першому етапі бюджет становив 35 мільйони злотих, а на другому – 24 мільйони злотих.

Враховуючи позитивні і негативні результати реалізації Програми «Соціальні інновації», у Польщі на 2021–2027 роки заплановано виконання Європейської програми зайнятості та соціальних інновацій (ЄПЗтаСІ) [4], яка має сприяти створенню високоякісних і стабільних робочих місць. Ця Програма також має забезпечити адекватний і справедливий соціальний захист і сприяти боротьбі із соціальною ізоляцією та бідністю та покращенню умов праці.

Отже, соціальні інновації залишаються пріоритетними напрямками публічного управління як Польщі, так і всього європейського суспільства на найближчі роки.

Література

1. Яцишина І. В. Інноваційна стратегія євроспільноти: соціальний вимір. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1868> (дата звернення: 03.11.2021).
2. Innowacje Społeczne. URL: <https://archiwum.ncbr.gov.pl/programy/programy-krajowe/innowacje-spoleczne/> (дата звернення: 03.11.2021).

3. Kwiecinski L. Administracja publiczna w modelu otwartej innowacji...(open innovation) na przykładzie Programu Innowacje Społeczne. Rocznik administracji publicznej. 2016. N 2. S. 520–534.

4. Europejski program na rzecz zatrudnienia i innowacji społecznych (EaSI). URL: <https://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=pl&catId=1081> (дата звернення: 03.11.2021).



УДК 339.09.504

Теоретико-методичні аспекти визначення впливу глобалізаційних процесів на розвиток економіки України

Бестужева С. В.,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту ХНЕУ ім. С. Кузнеця (Харків, Україна);

Козуб В. О.,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки і менеджменту ХНЕУ ім. С. Кузнеця (Харків, Україна)

Вступ і постановка проблеми. Розвиток світової економіки характеризується тільки її притаманними особливостями, які проявляються у посиленні взаємодії та взаємозалежності між її суб'єктами. Міжнародна взаємодія сьогодні (політична, економічна, соціальна тощо) розглядається у контексті глобалізації. Незважаючи на значні наукові та методичні здобутки у дослідженні феномену глобалізації, слід констатувати, що у прикладному аспекті достатньо складно чітко визначити характер і рівень її впливу як на світову економіку у цілому, так і на економіку окремих країн.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливо вагомими є результати аналізу глобальних тенденцій розвитку, представлені у ґрунтовних працях західних науковців: Т. Левітта, М. Інтриллігейтора, Ф. Фукуями, Е. Тоффлера, П. Друкера. Значними є дослідження проблем глобалізації, наслідків її впливу на господарський комплекс таких українських учених, як Д. Лук'яненко, А. Поручник, А. Старостіна й ін. Але додаткової уваги потребує з'ясування теоретико-методичних аспектів визначення впливу глобалізаційних процесів на розвиток економіки України.

Мета доповіді полягає в аналізі та оцінці впливу глобалізаційних процесів на сучасний економічний розвиток України.

Результати дослідження. Глобалізація економічного розвитку є однією з головних ознак сучасної цивілізації. Вона охоплює практично всі фактори та умови виробництва, всі його галузі та територіальні утворення і проявляється в різноманітних формах. Термін «глобалізація» трактується науковцями по-різному, з виділенням окремих особливостей та ключових характе-

ристик цього поняття. Так, з позиції Т. Левіта, Дж. Макліна, глобалізація – це феномен злиття ринків окремих продуктів, вироблених великими багатонаціональними корпораціями [3].

У роботі М. Інтриллігейтора глобалізація визначається як «значне розширення світової торгівлі та всіх видів обміну у міжнародній економіці при явно вираженій тенденції до зростаючої відкритості, інтегрованості та відсутності кордонів» [2, с. 129].

На думку В. Ломакіна, глобалізація – це створення та розвиток міжнародних продуктивних сил, факторів виробництва при використанні засобів виробництва у міжнародному просторі [4, с. 123].

З позиції В. Панькова глобалізація розглядається як об'єктивно створений феномен та одночасно світогосподарський процес, який активно розгорнувся наприкінці ХХ сторіччя. В узагальненому вигляді її слід визначати як вищу стадію інтернаціоналізації господарського життя та його основи – науково-виробничої інтернаціоналізації [9, с. 40].

У навчальному посібнику С. Бестужевої глобалізація представлена як сучасна тенденція розвитку світового господарства як системи взаємопов'язаних і взаємозалежних господарюючих суб'єктів, серед яких значне місце займають саме країни. Автором доведено, що закономірним на теперішній час є вирішення питання перспектив глобалізації у контексті формування нової точки зору міжнародної спільноти щодо зміни вектора розвитку світової економіки – від глобалізації до регіоналізації та націоналізації.

Подальше посилення глобалізаційних процесів сприятиме загостренню проблеми національної ідентичності, вирішення якої багатьма країнами вбачається у посиленні державного впливу на міжнародне економічне співробітництво через впровадження протекціоністських заходів у торговельній, міграційній, інвестиційній сферах, що, своєю чергою, сприятиме посиленню геоекономічної та геополітичної напруги в світі. У цих умовах виникає необхідність формування нових засад світової економічної стабілізації та розвитку [1, с. 249].

Глобалізація на рівні окремої країни характеризується ступенем взаємозв'язку її економіки зі світовою економікою в цілому. Рівень інтегрованості країни у світовий економічний простір визначається, насамперед, її місцем у світових інтеграційних рейтингах, зокрема у рейтингу глобалізації та рейтингу відкритості економіки (табл. 1) [8].

Таблиця 1

Динаміка рейтингів України за рівнем глобалізації та відкритості економіки

Рік	Індекс глобалізації	Місце	Індекс відкритості економіки	Місце
2020	74,95	44	54,9	134
2019	74,83	45	52,3	147
2018	70,6	49	51,9	150
2017	70,24	45	48,1	166
2016	70,71	41	46,8	162
2015	69,5	42	46,9	162
2014	68,85	44	49,3	155
2013	67,78	47	46,3	161
2012	68,48	44	46,1	163

Так, у 2020 р. за рівнем глобалізації Україна посідає 44 місце з індексом 74,95, тим самим посилюючи свої позиції. За рейтингом відкритості економіки у 2020 р. Україна посідає 134 місце з індексом 54,9, що свідчить про низький рівень досягнень у сфері забезпечення лібералізації економічних відносин, інфраструктурного та інституційного забезпечення економічного розвитку.

Незважаючи на зростання глобалізації світової економіки, не всі країни однаковою мірою інтегровані до неї, що є свідченням наведених рейтингів. Тому ступінь інтегрованості економіки країни у глобальну економіку доцільно визначити за допомогою таких показників:

- 1) співвідношення експорту (імпорту, зовнішньоторговельного обороту) до ВВП країни – розрахунку експортної, імпортної, зовнішньоторговельної квоти. При цьому саме експортна квота є показником рівня відкритості економіки країни. Якщо цей показник менше 25 %, то це свідчить про низький рівень глобалізації економіки країни у світове господарство, якщо ж показник знаходиться у проміжку 25–50 %, то це свідчить про середній рівень глобалізації, і якщо показник більше 50 %, тоді це свідчить про високий рівень глобалізації країни та її залежності від світових ринків;
- 2) показник відношення обсягів прямих іноземних інвестицій (ПІІ) до ВВП. Критеріальність значень цього показника така: як показник мен-

ше 5 % – це низький рівень глобалізації країни у міжнародний ринок інвестицій, якщо знаходиться у проміжку 5 – 20 %, тоді це свідчить про середній рівень, і якщо показник більше 20 %, це є свідченням того, що країна дуже тісно інтегрована у світовий ринок капіталів.

Динаміку показників ступеня інтегрованості економіки України у глобальну економіку, а саме обсягів ВВП, експортної та імпоротної квоти протягом 2006–2020 рр. наведено у табл. 2 [6].

З приведених у таблиці розрахунків експортної квоти можна зробити висновок про середній рівень глобалізації економіки України у цілому. Розрахунок імпоротної квоти дає уявлення про рівень залежності національної економіки від імпорту і за даними розрахунками цей показник достатньо значний і свідчить про високий рівень імпортозалежності. Показник відношення обсягу прямих іноземних інвестицій до ВВП є низьким (менше 5 %, а у 2020 р. – від’ємним), що є яскравим свідченням низького рівня глобалізації України у міжнародний ринок інвестицій.

Таблиця 2

Динаміка експортної, імпоротної квоти та обсягів прямих іноземних інвестицій у ВВП за 2006–2020 рр.

Рік	Обсяг ВВП, млн дол.	Експортна квота, %	Імпортна квота, %	Співвідношення обсягу прямих іноземних інвестицій до ВВП, %
1	2	3	4	5
2006	86142	51,5	50,6	9,06
2007	107753	46,6	49,5	5,20
2008	142719	44,8	50,4	7,14
2009	179992	46,9	54,9	5,94
2010	117228	46,4	48,1	4,07
2011	136419	47,1	51,1	4,73
2012	163160	49,8	56,4	4,42
2013	177810	35,4	56,4	4,60
2014	183310	42,9	52,2	2,46
2015	131805	48,6	52,1	0,64
2016	90615	52,7	54,8	3,37
2017	93270	49,3	54,1	3,52

Закінчення табл. 2

1	2	3	4	5
2018	95228	47,5	53,9	2,31
2019	130832	45,2	47,7	4,48
2020	139100	46,9	48,4	-0,62

Найбільш вагомими проявами глобалізації сьогодні, на думку Д. Лук'яненка, є тенденції розвитку світового та національних господарств, що проявляється у зростанні ВВП кожної країни та валового світового продукту в цілому. Крім того, науковець розглядає розвиток нових зв'язків між країнами та їх групуваннями, що носять здебільшого інтеграційний характер як ще один прояв глобалізаційних процесів [5].

Я. Столярчук до наданого вище переліку додає також інтернаціоналізацію світового обміну, особливо торгівлі та фінансових потоків, що знаходить своє відображення у зростанні ступеня залучення країни у світову торгівлю. Науковець розглядає зростання експортної та імпоротної квоти як один з факторів росту ВВП. Поглиблення міжнародного поділу праці відіграє значну роль у якості й обсязі виробництва, тому заслуговує на окрему увагу. З плином часу та посиленням глобалізаційних процесів збільшились можливості населення щодо відвідування інших країн і регіонів світу, що проявляється як у формі туристичних подорожей, так і у вигляді трудової міграції, тощо [11].

Для обґрунтування впливу глобалізації на розвиток національної економіки авторами побудовано економетричну модель з використанням інструментів кореляційно-регресійного аналізу за допомогою пакета статистичного аналізу StatGrafics Centurion.

Узагальнення результатів теоретичного та аналітичного дослідження дозволили авторам визначити як функцію або результативну змінну Y індекс глобалізації України, який є інтегруючим показником рівня розвитку міжнародної економічної сфери. Як фактори або змінні автори обрали x_1 – експортну квоту як показник рівня відкритості економіки країни, x_2 – імпорتنу квоту як показник рівня імпортозалежності економіки країни, x_3 – обсяг валового внутрішнього продукту (млн дол. США), x_4 – ставка податку на прибуток підприємств як показник рівня податкового навантаження вітчизняного бізнесу,

x_5 – співвідношення обсягу прямих іноземних інвестицій до ВВП у % як один з результуючих показників не тільки рівня відкритості, а й привабливості національної економіки, створення умов для розвитку як вітчизняного, так іноземного бізнесу, x_6 – частка інноваційного експорту у загальному обсязі експорту країни у % як показник рівня впровадження інновацій у вітчизняну економіку у цілому та в експортне виробництво зокрема. Вихідні дані для моделі були сформовані на основі даних таблиць 1 та 2, а також статистичних даних з офіційного сайту Державної служби статистики України.

Відповідно до проведених розрахунків статистично значущими є експортна квота, співвідношення обсягу прямих іноземних інвестицій до ВВП, частка інноваційного експорту у загальному обсязі експорту, податок на прибуток підприємств, оскільки їх P-Value не перевищують значення 0,05.

Показник імпоротної квоти, обсягу ВВП повинні бути виключені з моделі за критерієм Стюдента, оскільки їх P-Value складає 0,0771 та 0,4537 відповідно.

Критерій Фішера $F = 4,55$. Для перевірки загальної якості рівняння множинної регресії необхідно порівняти розрахункове значення F – критерію Фішера з табличним. Так як $F_{\text{розрахункове}} = 4,55$, а $F_{\text{табличне}} = 4,07$, то гіпотеза про незначущість рівняння відхиляється. Отже, побудована модель є статистично значущою і її можна використовувати для пояснення залежності рівня глобалізації країни від визначених факторів.

Значення t -статистики говорять про статистичну значущість усіх факторів, що залишилися у моделі. Оскільки всі фактори, що залишилися в моделі, мають t – статистику більшу за табличне значення ($t_{\text{табличне}} = 2,306$), то гіпотеза про незначущість цих факторів відхиляється – всі фактори значущі.

Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0,872131$ свідчить, що на 87,2131 % рівень глобалізації України залежить від експортної квоти, співвідношення обсягу прямих іноземних інвестицій до ВВП, частки інноваційного експорту у загальному обсязі експорту, податку на прибуток підприємств, плинності кадрів, абсолютної ліквідності та рівня безробіття в Україні. Стандартне математичне відхилення складає 3,28117.

Побудоване рівняння множинної регресії має вигляд:

$$y = 108,621 + 0,1831372x_1 - 0,474587x_2 + 0,0000488953x_3 - 1,13196x_4 + 0,357774x_5 + 1,1499x_6. \quad (1)$$

Виходячи з цього рівняння проаналізуємо вплив кожного фактору на результативну змінну.

Коефіцієнт $b_1 = 0,183172$ і означає, що при збільшенні рівня відкритості економіки України на 1 % (за рахунок збільшення експортної квоти) індекс глобалізації України підвищиться на 0,183172. Ця залежність є цілком обґрунтованою, як і наведені авторами у таблиці 1 індекси глобалізації та рівня відкритості економіки.

Коефіцієнт $b_2 = -0,474587$ і означає, що при збільшенні рівня імпорتنї залежності економіки України на 1 % (за рахунок збільшення імпорتنї квоти) індекс глобалізації України знизиться на 0,474587. Очевидність наявності зв'язку між цими показниками неухильно доводить доцільність розробки та впровадження національної стратегії імпортозаміщення, про яку вже йдеться не один рік, але, на думку авторів, реальних дій у цьому напрямку зроблено не було.

Коефіцієнт $b_3 = 0,0000488953$ і означає, що при збільшенні обсягу ВВП на 1 млн дол. індекс глобалізації України підвищиться на 0,0000488953. Така незначна зміна пояснюється низьким рівнем значущості показника ВВП для поглиблення інтегрованості національної економіки у світовий економічний простір без урахування інших макроекономічних показників.

Коефіцієнт $b_4 = -1,1396$ і означає, що при підвищенні рівня оподаткування в країні на 1 % рівень глобалізації знизиться на 1,1396. Автори пояснюють такий зв'язок можливістю ефективної боротьби з тінізацією економіки за рахунок більш ефективних фіскальних важелів державного регулювання. Своєю чергою, такі кроки сприятимуть підвищенню рівня відкритості національної економіки.

Коефіцієнт $b_5 = 0,357774$ і означає, що при збільшенні співвідношення обсягу прямих іноземних інвестицій до ВВП на 1 % індекс глобалізації України підвищиться на 0,357774. Прямі іноземні інвестиції відіграють значущу роль для вітчизняної економіки саме через активізацію валютних потоків і через можливість зміни занадто стійкої моделі фінансування – кредитування – на більш ефективну – інвестування.

Коефіцієнт $b_6 = 1,1499$ і означає, що при збільшенні частки інноваційного експорту у загальному обсязі експорту на 1 % індекс глобалізації України підвищиться на 1,1499. Характер цього зв'язку теж є очевидним – чим вище рівень інноваційності вітчизняної зовнішньоекономічної сфери, тим, без-

умовно, вище значущість країни у світовій економіці. Окрім того, збільшення частки експортної продукції з високою додатною вартістю дає можливість більш ефективно включатись в інтернаціональні відтворювальні ланцюги.

За результатами проведеного моделювання автором запропонована послідовність розробки заходів щодо підвищення рівня відкритості економіки України в контексті її глобалізації, що наведена на рис. 1. Для збільшення обсягів експорту товарів і послуг України необхідно відкривати нові ринки для українського бізнесу за кордоном, зокрема в країнах ЄС, що повною мірою відповідає сучасній стратегії економічного співробітництва України з ЄС.

Для збільшення обсягів експорту товарів та послуг України необхідно відкривати нові ринки для українського бізнесу за кордоном, зокрема в країнах ЄС, що повною мірою відповідає сучасній стратегії економічного співробітництва України з Європейським Союзом. Для нарощування обсягів прямого іноземного інвестування вкрай необхідно створити відповідні політичні, правові, економічні та соціальні умови, які б повною мірою забезпечували інвестору можливості ефективного вкладення капіталу.

У цьому зв'язку, на думку авторів, необхідно акцентувати увагу на створенні умов для формуванні інвестиційного потенціалу національної економіки – її спроможності ефективно освоїти вкладений капітал, що передбачає розробку та реалізацію таких інвестиційних програм та проєктів, які відповідають сучасним національним інтересам і враховують інтереси інвесторів. Водночас потрібно активно нарощувати зусилля по розвитку системи вітчизняного інвестування, створюючи перешкоди для вивозу капіталу через офшори (податковий контроль, адміністративна та карна відповідальність) та можливості для легалізації бізнесу (фіскальні – податкові пільги, канікули, кредитні – пільгові кредити та кредити з можливістю реструктуризації боргів, кредити на відкриття бізнесу тощо).

Особливого значення має реалізація стратегії імпортозаміщення, яка повною мірою відповідає основним завданням Експортної стратегії України («дорожній карті» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017–2021 роки.

Метою Стратегії є перехід України до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успішного виходу на світові ринки.

Для реалізації Стратегії було визначено такі стратегічні цілі розвитку торгівлі України:

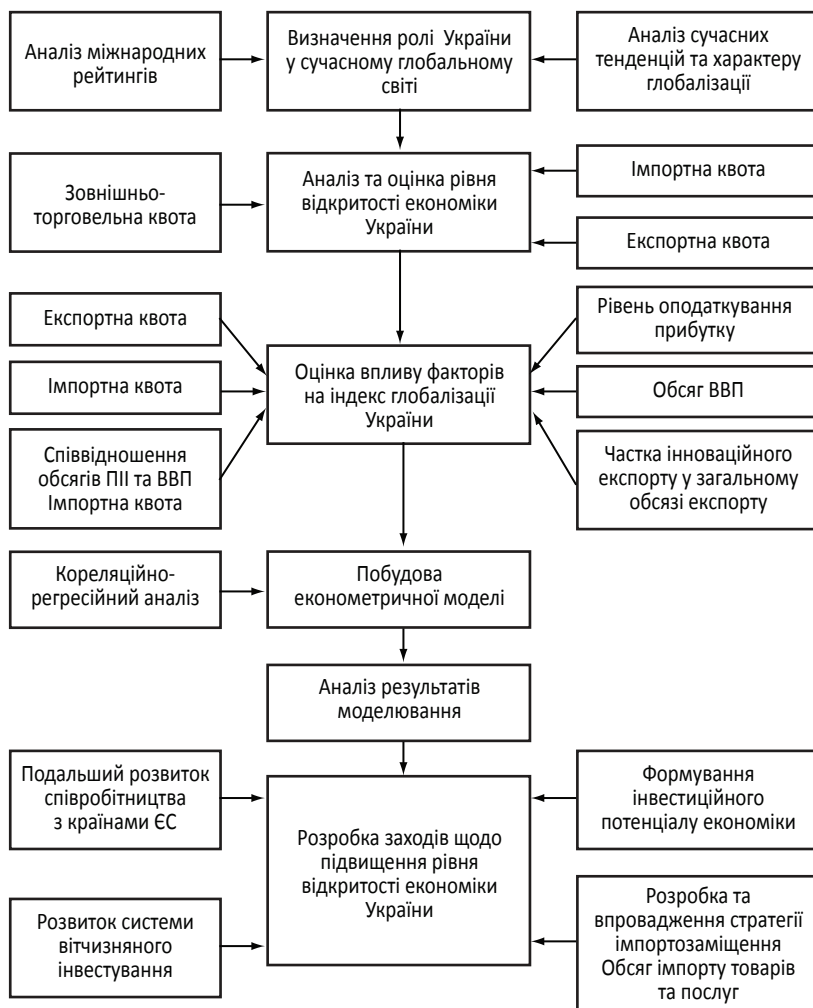


Рис. 1. Послідовність розробки заходів щодо підвищення рівня відкритості економіки України в умовах глобалізації

Джерело: авторська розробка

- 1) створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту шляхом:
 - зміцнення комплексної інституційної основи для стимулювання інновацій;
 - зміцнення інноваційного потенціалу підприємств;
 - поліпшення правових та економічних умов для здійснення торгівлі;
- 2) розвиток послуг з підтримки бізнесу та торгівлі, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, зокрема малих і середніх шляхом:
 - вдосконалення механізму координації діяльності інституцій з підтримки торгівлі, залучених до реалізації торговельної політики та розвитку експорту;
 - зміцнення мережі інституцій, що надають – експортерам послуги з підтримки бізнесу та торгівлі.

На сьогодні в структурі української мережі інституцій з підтримки торгівлі 53 % складають інституції з підтримки торговельної політики і тільки 10 % – постачальників бізнес-послуг.

- 3) удосконалення навичок і компетенцій підприємств, зокрема малих і середніх (підприємництва), необхідних для участі в міжнародній торгівлі, шляхом:
 - стимулювання діяльності підприємництва серед власників і працівників підприємств, зокрема малих і середніх, та молоді;
 - покращення управлінських навичок серед працівників діючих підприємств, зокрема малих і середніх (підприємництва);
 - забезпечення відповідності системи освіти потребам підприємств, зокрема малих та середніх (підприємництва).

Особливістю цієї стратегії є чітке визначення та кластеризація перспективних секторів економіки України, які у майбутньому забезпечать високу частку експорту інноваційної продукції. На рис. 2 наведені основні цілі та завдання з реалізації експортної стратегії 2017–2021 рр.

Розвиток галузей, які віднесені до першого кластера (аерокосмічна, а також розробка програмного забезпечення та інформаційних та комунікаційних технологій, виробництво запчастин і комплектувальних виробів для авіаційної промисловості, послуги з технічного обслуговування для авіа-



Рис. 2. Цілі та завдання з реалізації експортної стратегії 2017–2020 рр.

Джерело: узагальнено та структуровано авторами на основі [10]

ційної промисловості, машинобудування), спрямований на створення високої доданої вартості та розвиток інновацій. На сьогодні ці галузі знаходяться у стані занепаду, тому їх відтворення та подальший розвиток потребує залучення інвестиційних ресурсів і розвитку інновацій.

Галузі другого кластера (туризм і креативні індустрії) вже на теперішній час мають додаткові перспективи сприяти поліпшенню іміджу України за кордоном. Подальший розвиток цих галузей залежить від ефективної інституційної підтримки. Розвиток галузей третього кластера (АПК, харчова і переробна промисловість) повинен спрямовуватись у напрямку переробки в Україні сировини у продукцію з високою доданою вартістю. Маючи значний потенціал, ці сектори повинні нарощувати не тільки обсяги експорту (кількісну складову), а й насамперед його якісну складову у бік підвищення ступеня переробки продукції.

Основним стратегічним завданням, яке потребує нагального вирішення, є чітке визначення ринкових пріоритетів на основі диверсифікації. Відповідно до цього в стратегії визначено ринки, експорт на які на теперішній час є вигідним та неухильно зростає – ринки країн ЄС, а також ринки, на яких українські виробники мають значний потенціал для експорту продукції, серед них Туреччина, Китай, Індія, Єгипет, Саудівська Аравія, Канада, Об'єднані Арабські Емірати, Сполучені Штати Америки, Ізраїль, Білорусь, Грузія, Молдова, Японія, Індонезія, Таїланд, Бангладеш, Ліван, Філіппіни, Нігерія та Швейцарія.

Реалізація розглянутою стратегії, незважаючи на досить оптимістичні й амбітні плани уряду, сприятиме не тільки відродженню національної економіки, посиленню конкурентних позицій країни у світовому економічному середовищі, а й підвищенню іміджу країни як надійного та перспективного партнера.

У цілому ж слід констатувати, що подальше посилення глобалізаційних процесів сприятиме загостренню проблеми національної ідентичності, вирішення якої багатьма країнами вбачається у посиленні державного впливу на міжнародне економічне співробітництво через впровадження протекціоністських заходів в торговельній, міграційній, інвестиційній сферах, що, своєю чергою, сприятиме посиленню геоекономічної та геополітичної напруги в світі. В цих умовах виникає необхідність формування нових засад світової економічної стабілізації та розвитку. Тобто можна стверджувати, що на початку XXI століття процес глобалізації динамізується і проявляється в певних,

властивих саме йому формам. Вони переважно викристалізуються і дістають матеріальне втілення у збільшенні обсягів і диверсифікації структури міжнародної торгівлі, інтенсифікації міжнародних фінансових трансакцій, виникненні транснаціонального бізнесу, різкому зростанні вивозу прямих закордонних інвестицій та інтенсифікації міжнародної міграції робочої сили.

Висновки. У сучасних умовах, коли розвиток глобалізаційних процесів приносить як позитивні, так і негативні наслідки, завдання суспільства полягає в тому, щоб в умовах посилення глобалізаційних процесів створити таку світову систему, яка дозволила б дістати від глобалізації максимально позитивний ефект, знизивши до мінімуму втрати. Основою такої системи може стати співробітництво між європейськими країнами та Україною та динамічні інновації у цій сфері, включаючи формування міжнародних інститутів.

Література

1. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України : навч. посіб. Харків : Вид-во ХНЕУ, 2016. 274 с.
2. Интриллейтор М. Глобализация мировой экономики: выгоды и издержки. *Мир перемен*. 2004. № 1. С. 129.
3. Кочетов Э. Г. Геоэкономика. Освоение мирового экономического пространства : учебник для вузов. Москва : Норма, 2010. 528 с.
4. Ломакин В. К. Мировая экономика. Москва : ЮНИТИ, 2007. 672 с.
5. Лук'яненко Д. Г. Глобальна економічна інтеграція : монографія. Київ : ТОВ «Національний підручник», 2008. 220 с.
6. Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>
7. Офіційний сайт Європейської комісії. URL: <http://ec.europa.eu>
8. Офіційний сайт Світового банку. URL: <http://www.worldbank.org>
9. Паньков В. С. Глобализация как одна из фундаментальных тенденций развития мировой экономики. *Мировая экономика и сфера сервиса*. Москва : МГУСервиса. С. 40–53.
10. Про схвалення Експортної стратегії України («Дорожньої карти стратегічного розвитку торгівлі») на 2017–2021 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 27.12.2017 № 1017-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-%D1%80>
11. Столярчук Я. М. Сучасні проблеми глобалізації : монографія. Сімферополь : Знання, 2008. 312 с.



Важливим аспектом в інвестиційній поведінці домогосподарств є розуміння основних джерел такої поведінки, можливих напрямів інвестиційної

діяльності домогосподарств на всіх рівнях, а також чинників, які можуть стимулювати або послаблювати інвестиційну активність домогосподарств. Тому виникає необхідність у дослідженні сутності інвестиційної поведінки домогосподарств, а також визначенні найбільш значущих чинників, що впливають на неї. Невизначеність є одним із таких чинників, які характеризують сучасні умови господарювання.

Поняття «невизначеність» досліджувало багато вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як: О. Григор'єва, М. Копитко, Т. Корнілова, О. Кулагін, С. Максименко, Ю. Маршавін, Ф. Найт, Д. Норкотт, І. Рішняк, А. Стірлінг, Р. Халлман, Г. Шекл та ін. Питання невизначеності в контексті економічної поведінки людей розглядалися у роботах багатьох учених, зокрема й нобелівських лауреатів, а саме: А. Грінспера, Д. Канемана, С. Кейса, Дж. Кнетча, В. Мейса, Ж. Рейвеня, Р. Талера, А. Тверські, С. Фунтовиця та ін.

Узагальнення наукових праць цих учених дозволило зробити висновок про те, що недостатньо дослідженою є інвестиційна поведінка як складова економічної поведінки суб'єктів господарювання, зокрема домогосподарств, в умовах, що характеризуються високим рівнем невизначеності. Тому виникає об'єктивна необхідність у подальшому поглибленні теоретичних і методичних положень щодо уточнення категоріального апарату інвестиційної поведінки в умовах невизначеності, розроблення методичного забезпечення вибору напрямів інвестиційної поведінки домогосподарств у контексті невизначеності. Наукова і практична актуальність зазначених питань зумовили вибір теми дисертації, визначили мету і завдання дослідження.

Метою роботи є розроблення науково-теоретичних засад, методичних і практичних рекомендацій щодо інвестиційної поведінки домогосподарств в умовах невизначеності.

Аналіз підходів до аналізу діяльності домогосподарств як суб'єктів господарювання дозволив обґрунтувати інституціонально-поведінковий підхід до опису економічної поведінки домогосподарств. Його доведеність ґрунтується на тому, що поведінка домогосподарств не завжди є повністю раціональною, та на неї впливають різні фактори, зокрема високий рівень невизначеності. Можна стверджувати, що в структурі економічної поведінки домогосподарств особливу роль відіграє її інвестиційна складова – інвестиційна поведінка домогосподарств, яка є рушійною силою у формуванні інвестиційного потенціалу української економіки.

Спираючись на інституціонально-поведінковий підхід, запропоновано поняття «інвестиційна поведінка домогосподарств», яке передбачає виокремлення напрямів інвестиційної поведінки домогосподарств, які є певними діями домогосподарств щодо перетворення джерел такої поведінки та дозволяють отримувати певні результати в майбутньому – різні види доходів від інвестицій.

Визначено, що інвестиційна поведінка можлива лише у разі наявності джерел для інвестицій, з-поміж яких можна виокремити поточні доходи домогосподарств і заощадження минулих періодів. З-поміж напрямів інвестиційної поведінки обґрунтовано такі: фінансові, нефінансові матеріальні та нематеріальні. Вибір напрямів інвестиційної поведінки залежить від впливу ряду факторів, які можуть відрізнятися та по-різному впливати на макро- (рівні держави), мезо- (регіональному рівні) та мікроекономічному (на рівні суб'єкта господарювання – домогосподарства) рівнях.

Сьогоднішні умови діяльності всіх суб'єктів господарювання характеризуються високим рівнем невизначеності. Є декілька підходів до трактування цього поняття, які можна звести до таких – із позиції неоднозначності, неможливості передбачення, необмеженості в кількості варіантів розвитку подій у майбутньому та з позиції якості інформації. Ці фактори характеризують невизначеність середовища.

Згідно з авторським підходом особливістю поведінки домогосподарств є те, що поряд із об'єктивною стороною виникнення невизначеності (невизначеність середовища) необхідно враховувати також поведінковий аспект такої діяльності (особистісна невизначеність).

Особистісна невизначеність характеризується певними узгодженими між собою індивідуально-психологічними особливостями членів домогосподарств – неоднозначністю мотивів поведінки, мінливістю або відсутністю цілей, недостатністю інформації, несхильністю до ризику, психологічною неготовністю та емоційно-вольовою нестійкістю до викликів, що постійно з'являються в зовнішньому середовищі та потребують певних поведінкових реакцій.

Враховуючи еволюцію думок учених щодо визначення поняття «невизначеність» і ґрунтуючись на застосуванні інституціонально-поведінкового підходу, уточнено трактування поняття «невизначеність» у контексті інвестиційної поведінки домогосподарств (рис. 1).

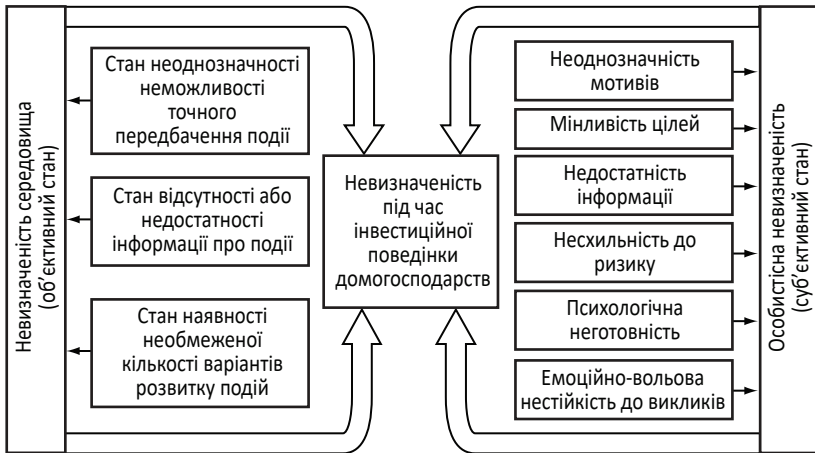


Рис. 1. Трактатування поняття «невизначеність» під час інвестиційної поведінки домогосподарств

Джерело: авторська розробка

Невизначеність запропоновано розглядати через сполучення двох станів: об'єктивного (невизначеність середовища) та суб'єктивного (особистісна невизначеність домогосподарств).

Невизначеність середовища як об'єктивний стан зовнішнього середовища характеризується відсутністю, недостатністю або недостовірністю інформації для прийняття рішень у майбутньому; неоднозначністю, незнанням і неможливістю точного передбачення ймовірного розвитку подій, які можуть вплинути на досягнення бажаних результатів у діяльності домогосподарств; наявністю необмеженої кількості варіантів розвитку подій через відсутність критеріїв оцінки їхньої оптимальності й ефективності.

Особистісна невизначеність як суб'єктивний стан домогосподарств характеризується певними узгодженими між собою індивідуально-психологічними особливостями членів домогосподарств – неоднозначністю мотивів поведінки, мінливістю або відсутністю цілей, недостатністю інформації, несхильністю до ризику, психологічною неготовністю та емоційно-вольовою нестійкістю до викликів, що постійно з'являються у зовнішньому середовищі та потребують певних поведінкових реакцій.

Домогосподарство є повноцінним суб'єктом господарювання. Склад домогосподарств може бути різним: це або одна людина, або декілька людей, які мешкають на одній території, ведуть сумісний побут, мають сумісний бюджет, при цьому мають можливість самостійності в ухваленні рішень.

Для оцінки інвестиційної поведінки домогосподарств передусім необхідно проводити аналіз соціально-економічних показників домогосподарств та виявляти їх особливості на всіх рівнях економіки.

Результати аналізу соціально-економічних показників діяльності домогосподарств на макроекономічному рівні показали, що найбільш розповсюдженими є домогосподарства у складі двох дорослих та однієї дитини. Аналіз структури доходів домогосподарств за даними офіційної статистики дозволив визначити, що основним джерелом доходів українських домогосподарств є грошові доходи. Грошові доходи складаються насамперед із заробітної плати; доходів від підприємницької діяльності та самозайнятості; доходів від продажу сільськогосподарської продукції; пенсій, стипендій, соціальної допомоги, наданих готівкою; грошової допомоги від родичів, інших осіб та інших грошових доходів.

Проведений аналіз структури витрат домогосподарств показав, що основними витратами домогосподарств є споживчі витрати. Аналіз співвідношення рівня доходів і витрат свідчить про перевищення доходів домогосподарств над витратами більше ніж удвічі (рис. 2), що доводить загальну можливість домогосподарств заощаджувати на майбутнє.

Проведений автором аналіз витрат домогосподарств за всіма регіонами дозволив виявити деякі тенденції: з-поміж витрат домогосподарств у всіх регіонах найбільшу питому вагу становлять споживчі витрати; структура неспоживчих витрат не є однорідною та відрізняється за регіонами й роками. Аналіз структури доходів і витрат на мезорівні економіки показав значні коливання співвідношення середньорічних доходів до середньорічних витрат домогосподарств залежно від аналізованого регіону (рис. 3).

Соціально-економічні показники домогосподарств на мікроекономічному рівні було досліджено за допомогою анонімного опитування домогосподарств Харківського регіону. Аналіз отриманих даних показав, що опитані домогосподарства загалом витрачають усі свої доходи. Більшість доходів вони спрямовують на споживчі витрати, а лише невелику частину – на інвестиційні витрати: на купівлю нерухомості та іншого майна, ремонт і будівництво житла для подальшого отримання доходів.

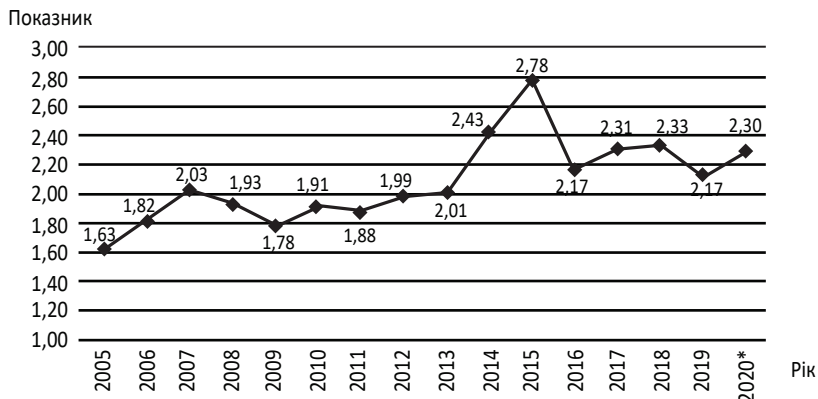


Рис. 2. Аналіз співвідношення середньомісячних доходів і витрат домогосподарств у 2005–2020 рр.

Решта доходів, які залишаються у домогосподарств після витрат, заощаджуються. Більшість опитаних домогосподарств (67,6 %) не має змоги (або не бажає) заощаджувати; 5,9 % домогосподарств заощаджує біля 1–2 % своїх доходів; 17,6 % домогосподарств – 3–5 %; 2,9 % домогосподарств – 6–10 %; 5,9 % домогосподарств мають змогу заощаджувати понад 10 % своїх доходів.

Проведене комплексне дослідження доходів і витрат домогосподарств на всіх рівнях дозволило сформулювати методичний підхід до аналізу структури доходів і витрат домогосподарств для визначення їхньої економічної поведінки в контексті її інвестиційної складової (рис. 4).

Запропонована структура доходів і витрат комплексно враховує доходи домогосподарств, отримані з різних джерел, дозволених законодавством України (заробітна плата за всіма місцями роботи; доходи від здачі в оренду рухомого та нерухомого майна; доходи від державної підтримки; доходи з приватних джерел; доходи від інвестицій), з можливістю заощадження для здійснення подальшої інвестиційної діяльності.

У дослідженні доведено, що отримані зі всіх джерел доходи та заощадження минулих періодів домогосподарствами можуть бути розподілені на споживчі, неспоживчі й інвестиційні витрати.

Інвестиційна поведінка домогосподарств повинна бути джерелом економічного розвитку країни. Головним завданням держави має стати створення

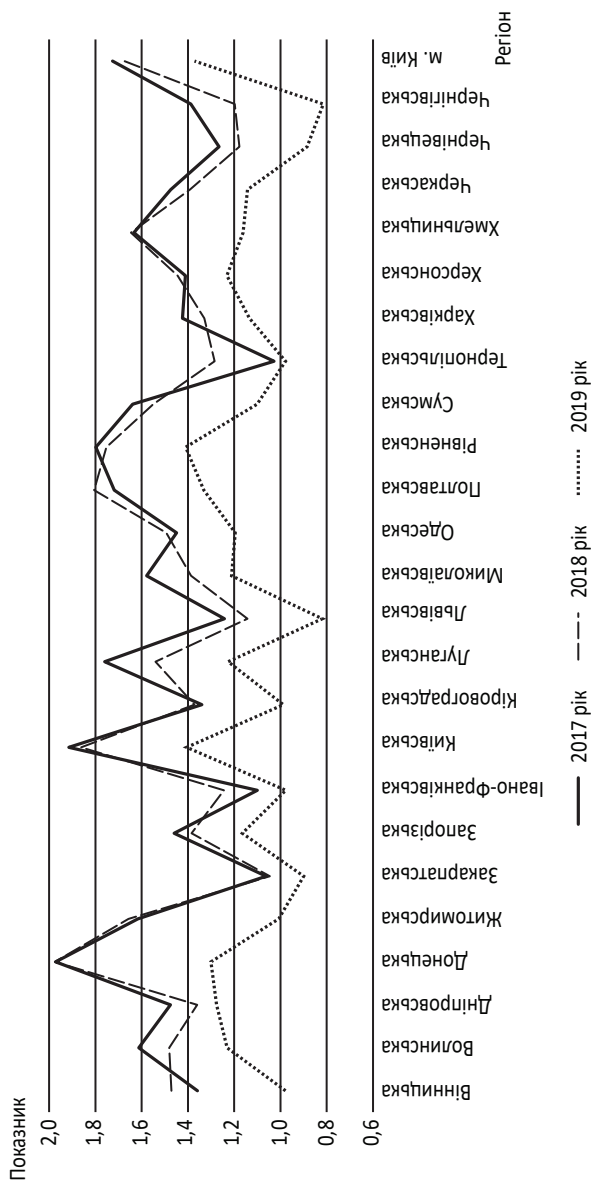


Рис. 3. Співвідношення середньорічних доходів до середньорічних витрат домогосподарств за областями у 2017–2019 рр.

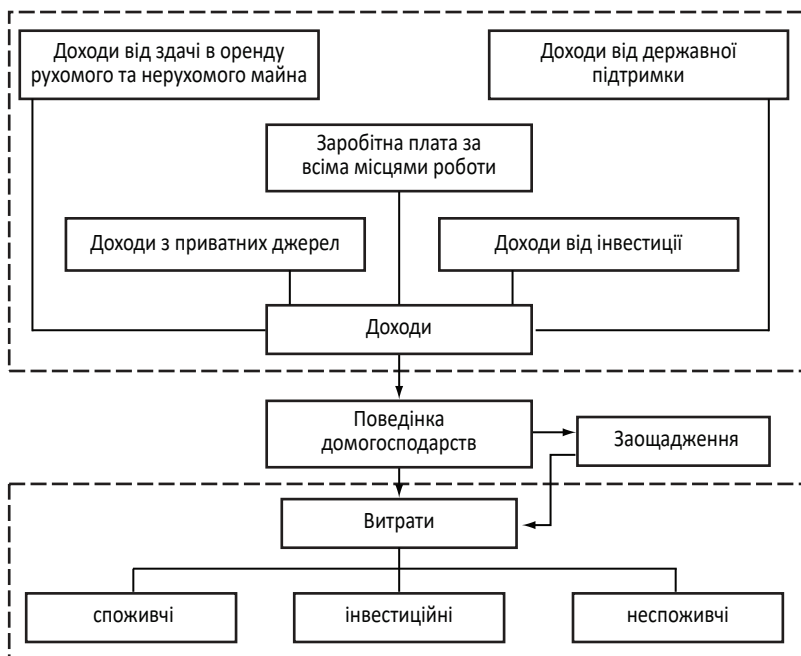


Рис. 4. Структура доходів і витрат домогосподарств у контексті їхньої інвестиційної поведінки

Джерело: авторська розробка

об'єктивних передумов для активізації інвестиційної діяльності населення. Сучасні умови господарювання характеризуються високим рівнем невизначеності, що зумовлюється нестабільною економічною, політичною, геополітичною ситуацією в країні, а також негативними наслідками світової пандемії COVID-19.

Автором запропоновано методичний підхід до визначення рівня невизначеності, який передбачає розрахунок узагальнюючого показника – індексу споживчих настроїв, що базується на розрахунку індексу невизначеності середовища та індексу особистісної невизначеності домогосподарств. Для оцінки рівня невизначеності середовища пропонується застосовувати розрахунок комплексу показників – індексу очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року та індексу очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років. Оцінка рівня особистісної не-

значеності домогосподарств базується на розрахунку індексів – поточного особистого матеріального становища, індексу доцільності робити великі покупки та індексу очікуваних змін особистого становища (рис. 5).

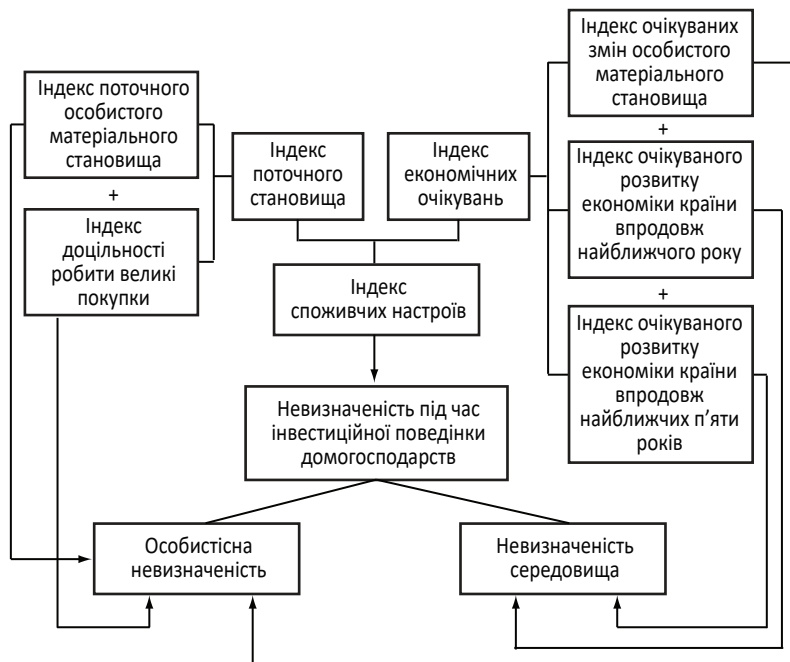


Рис. 5. Схема методичного підходу до визначення рівня невизначеності під час інвестиційної поведінки домогосподарств

Джерело: авторська розробка

У роботі розраховано рівень невизначеності під час інвестиційної поведінки домогосподарств на макро- та мікроекономічному рівнях (табл. 1).

Отже, можна стверджувати, що сучасні умови господарювання в Україні характеризуються високим рівнем невизначеності. Розраховані показники дещо відрізняються залежно від рівня економіки, однак основна тенденція повністю простежується. Доведено, що події 2020 року, зокрема пандемія COVID-19 та її наслідки, значно підвищили рівень невизначеності домогосподарств.

Таблиця 1

Визначення рівня невизначеності під час інвестиційної поведінки домогосподарств на різних рівнях економіки

Рік	Індекс особистісної невизначеності		Індекс невизначеності середовища		Індекс споживчих настроїв		Рівень невизначеності
	Україна	домогосподарство	Україна	домогосподарство	Україна	домогосподарство	
2019	86,3	97,9	101,0	102,4	92,2	99,7	вище середнього
2020	66,0	44,4	65,8	40,6	65,9	42,9	високий

Встановлено, що серед споживчих і неспоживчих витрат домогосподарств, які досліджуються державними органами влади, є витрати, які можна охарактеризувати як інвестиційні – фізичні (купівля нерухомості, капітальний ремонт і будівництво житла, сплата освітніх послуг) та фінансові (купівля акцій, сертифікатів, валюти, вклади до банків).

На основі аналізу інвестиційних витрат на мікрорівні було уточнено класифікацію інвестиційних витрат, яка передбачає виділення додаткових витрат (вклади у недержавні пенсійні, страхові, інвестиційні фонди, фінансування інноваційно-інвестиційних проєктів, витрати на здоров'я, витрати на виховання та розвиток дітей) і перегруповання їх у такі групи: фінансові (купівля акцій, сертифікатів, валюти; вклади в банківські установи, фінансування інноваційно-інвестиційних проєктів, вклади у недержавні пенсійні, страхові, інвестиційні фонди); нефінансові матеріальні (купівля нерухомості з метою отримання доходу, купівля золота, предметів старовини тощо; капітальний ремонт і будівництво житла); нематеріальні (сплата освітніх послуг; витрати на розвиток дітей, витрати на здоров'я).

На інвестиційну поведінку домогосподарств впливають ряд факторів. Найбільш значущими з них виявлено рівень доходів домогосподарств, рівень заощаджень у минулих періодах та рівень невизначеності. На основі проведеного кореляційно-регресійного аналізу даних на макро- та мікроекономічному рівнях виявлено найбільш значущі фактори. Результати кореляційного аналізу на мікрорівні (табл. 2) дозволили визначити, що на інвестиційну поведінку впливають такі фактори: найбільш значущий – рівень заощаджень, а також рівень доходів та індекс споживчих настроїв.

Таблиця 2

**Кореляційна матриця впливу факторів на інвестиційну поведінку
опитаних домогосподарств**

	Інвестиційні витрати	Доходи	Заощадження	Індекс споживчих настроїв
Інвестиційні витрати	1			
Доходи	0,309667043	1		
Заощадження	0,395516048	0,354427281	1	
Індекс споживчих настроїв	0,290070459	0,274722303	0,126384177	1

Отримана регресійна модель взаємозв'язку рівня інвестиційних витрат як напрямів інвестиційної поведінки (Y) від рівня доходів (X_1), рівня заощаджень домогосподарств (X_2) та індексу споживчих настроїв як показника рівня невизначеності (X_3) на мікроекономічному рівні така:

$$Y = 1,753 + 0,274 X_1 + 0,669 X_2 + 11,219 X_3.$$

Побудована регресійна модель дозволила зробити висновок про не завжди раціональну поведінку домогосподарств в умовах невизначеності, що підтвердило застосування інституціонально-поведінкового підходу до інвестиційної поведінки домогосподарств в умовах невизначеності.

Отже, у дослідженні обґрунтовано, що інвестиційна поведінка домогосподарств на різних рівнях відрізняється, однак найбільш значущими факторами впливу на неї є рівень заощаджень, дохід домогосподарств та рівень невизначеності.

Особливості формування та використання заощаджень під час інвестиційної поведінки домогосподарств в умовах різного рівня невизначеності полягають в такому: при високому рівні домогосподарства схильні до використання заощаджень, зроблених у минулих періодах; при середньому рівні – до формування заощаджень із метою їх використання в майбутньому на здійснення інвестиційної діяльності; при низькому рівні домогосподарства не відчують потреби у формуванні та використанні заощаджень, оскільки відчують певну стабільність.

УДК 338.43

Аналіз факторів конкурентоспроможності та їх вплив на ефективність маркетингової діяльності вітчизняних підприємств

Добринь Світлана Володимирівна,

кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної
економіки і менеджменту ХНЕУ ім. С. Кузнеця (Харків, Україна)

У сучасних економічних умовах вітчизняні підприємства зіштовхуються з необхідністю самостійного вирішення багатьох економічних питань, до головних з яких можна віднести питання підвищення рівня конкурентоспроможності. Саме ефективне формування конкурентних переваг надають підприємству нові можливості розвитку своєї діяльності, виходу на нові ринки збуту, бути фінансово стійким та інвестиційно привабливим.

Отже, питання підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств стоїть, як ніколи, гостро. Судячи з переліку вагомих аргументів, що виникають під час оцінки рівня конкурентоспроможності, практичне рішення полягає у ефективному застосуванні маркетингового комплексу, що дозволив би вітчизняним підприємствам вдало конкурувати на зовнішніх ринках. Інакше кажучи, рівень конкурентоспроможності підприємства тісно пов'язаний з ефективністю його маркетингової діяльності та з маркетинговими заходами, що втілюються на підприємстві.

Незважаючи на те, що тематиці міжнародної конкурентоспроможності та маркетингової діяльності присвячено багато наукових досліджень та праць зарубіжних і вітчизняних учених, таких як М. Портер, Г. Мінцберг, А. Сміт, А. Курно, Й. Шумпетер, Ф. Найт, С. Клименко, С. Кафлевська, В. Дикань, Л. Піддубна та багато інших, до сьогодні економічна наука не має єдиного механізму ефективного управління та оцінювання конкурентоспроможності та маркетингової діяльності підприємства.

Зважаючи на зазначену проблематику, основною метою дослідження є вивчення факторів конкурентоспроможності підприємства та їх вплив на ефективність маркетингової діяльності.

Маркетингова діяльність є головним чинником і засобом підвищення конкурентоспроможності підприємства. Причиною цьому слугує її сутність – організація взаємодії підприємства з його ринковим середовищем, яке диктує підприємству тренди та напрями розвитку. Саме тому головною метою управління маркетинговою діяльністю підприємства є підвищення впливу підприємства на своїх споживачів, не лише визначення, а також формування потреб і попиту споживачів задля подальшого їх задоволення. Таким чином, систему маркетингової діяльності можна визначити як комплекс функцій окремих підрозділів підприємства, спрямованих на аналіз зовнішнього ринкового середовища та розробку дій, відповідних до результатів цього аналізу. До маркетингу потрібно підходити комплексно, адже це багатоетапний та багатоеlementний процес, у якому беруть участь не лише спеціалізовані структури, а все підприємство: маркетинговий цикл життя продукції починається з її виробництва, протікає водночас з її модернізацією та закінчується задовго після її споживання. Тому маркетинг – це кооперація різних методів задля досягнення однієї єдиної мети.

Згідно з концепцією маркетингу, орієнтованою на ринок та унікальні потреби споживачів, організаційно-економічний механізм управління підприємством повинен мати за головну мету виконання основних функцій маркетингу шляхом здійснення інших функцій підприємства, таких як виробнича, збутова, фінансова, рекламна тощо. Інакше кажучи, кожна зі сфер діяльності підприємства повинна враховувати головну мету маркетингової діяльності – задоволення потреб споживачів таким чином, щоб вони залишилися зі стійким бажанням повторного придбання товарів або послуг компанії. Інакше кажучи, «підвищення лояльності клієнтів», яка є гарантом стабільності прибутку підприємства та його конкурентних переваг.

Сутність маркетингового підходу до управління підприємством полягає у створенні комплексного механізму, який дозволив би поєднати внутрішні можливості підприємства з потребами та перевагами споживачів. Проте дуже часто орієнтація підприємства на функції маркетингу потребує фундаментальних змін у системі управління. Це особливо стосується невеликих підприємств, які мають дуже просту маркетингову структуру, або не мають її взагалі [5, с. 257].

Таким чином, система управління маркетинговою діяльністю підприємства – це комплекс суб'єктів та об'єктів управління, а також інструментів,

методів, факторів впливу, принципів і підходів до управління, які у сукупності спрямовані на ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства [2, с. 333].

Головною умовою вдалого функціонування системи управління маркетинговою діяльністю є постійна оцінка її ефективності, яка дозволяє побачити прогалини та слабкі місця, зміцнити їх та покращити систему в цілому. Стосовно промислових підприємств, ефективність маркетингової діяльності має наступні базові характеристики:

- питома вага працівників маркетингової сфери діяльності у загальній кількості працівників підприємства. Через те, що на вітчизняних промислових підприємствах функції маркетингу дуже часто обмежуються лише збутом та логістикою, а служба маркетингу є недосконалою або навіть відсутньою, підвищення значення цього показника повинно бути головним орієнтиром, який дозволить здійснювати подальший розвиток системи управління маркетинговою діяльністю;
- як наслідок першого пункту – частка витрат на оплату праці маркетингового персоналу у загальному фонді оплати праці. Під час розвитку системи управління маркетингом на підприємстві, цей показник повинен збільшуватись;
- рентабельність витрат на просування й збут, яка розраховується як відношення прибутку, отриманого від реалізації продукції, до витрат, пов'язаних з її просуванням та збутом. Цей показник також має збільшуватись;
- рентабельність маркетингових витрат, яка розраховується як відношення прибутку, отриманого від реалізації продукції, до загальної суми витрат на маркетингову діяльність. Цей показник також має збільшуватись;
- коефіцієнт затоварення, який розраховується як відношення зміни залишку готової продукції до обсягу продукції підприємства, що реалізується. Якщо цей показник має позитивне значення або тенденцію до зростання, це свідчить про уповільнення реалізації продукції та збільшення запасів нереалізованої продукції на підприємстві. Якщо цей показник має негативне значення або тенденцію до зменшення, це означає зниження обсягів нереалізованої продукції та запасів підприємства [7].

На діяльність підприємства та його маркетингову діяльність впливає досить велика кількість факторів, одними з яких є макроекономічні (зовнішні) та мікроекономічні (внутрішні) фактори. Для забезпечення успішної маркетингової стратегії підприємства потрібно правильно та вчасно визначати напрямки розвитку, які відіграють важливу роль в успішній діяльності підприємства. Тому для забезпечення ефективної діяльності підприємства та побудови вираженої маркетингової стратегії актуальним є визначення раціональних напрямків розвитку підприємства.

Вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на діяльність підприємства дозволяє оцінити метод SWOT-аналізу. За допомогою застосування методу SWOT-аналізу визначають сильні сторони (strengths), слабкі сторони (weaknesses), можливості (opportunities), (можливості), та загрози (threats) підприємства.

SWOT-аналіз проводиться в три етапи. Перший етап – збір інформації щодо зовнішнього середовища і виділення факторів, які відкривають можливості розвитку, а також ті, що створюють загрозу. На другому етапі проводиться аналіз внутрішнього середовища підприємства, що допомагає виявити сильні і слабкі сторони діяльності підприємства. Третій етап передбачає визначення зв'язків між отриманими квадратами матриці SWOT-аналізу. На четвертому етапі потрібно визначити напрямки розвитку підприємства, використавши виявлені ринкові можливості, та зменшити негативний вплив зовнішніх загроз.

Проаналізуємо основні сильні та слабкі сторони вітчизняних підприємств, а також можливості та загрози, пов'язані з ними (табл. 1).

Принципова різниця між верхньою і нижньою частинами таблиці в тому, що сильні і слабкі сторони – внутрішні ризики підприємства, на які підприємство може впливати. А можливості і загрози пов'язані із зовнішніми характеристиками ринкового середовища, на ці фактори підприємство не може вплинути.

Систематизація параметрів матриці (табл. 1) дає можливість на етапах вибору і реалізації напрямків розвитку підприємства вносити необхідні корективи в оцінку параметрів.

Після того, як створено узагальнену матрицю SWOT-аналізу діяльності вітчизняних підприємств, потрібно визначити зв'язки між квадратами цієї матриці, які можуть використовуватись для розробки напрямків розвитку підприємства (табл. 2).

Таблиця 1

Узагальнений SWOT-аналіз діяльності вітчизняних підприємств

Сильні сторони (Strengths)	Можливості (Opportunities)
1. Велика кількість клієнтів; 2. Велика доля ринку; 3. Великі норми прибутку продукції; 4. Лояльність клієнтів; 5. Висока якість випущених товарів; 6. Високий імідж підприємства; 7. Висококваліфіковані кадри; 8. Сильна науково-технічна база; 9. Наявність власних виробничих потужностей	1. Збільшення долі ринку за рахунок диверсифікації; 2. Розширення асортименту продукції для задоволення потреб споживачів; 3. Збільшення прибутку за рахунок фокусування на найприбутковішій ніші. 4. Максимізація прибутку; 5. Лідерство в сегменті; 6. Наявність необхідних ресурсів для застосування змін; 7. Удосконалення технології виробництва
Слабкі сторони (Weaknesses)	Загрози (Threats)
1. Велика конкуренція на ринку; 2. Слабка маркетингова політика; 3. Ймовірність неправильного розуміння вимог клієнтів через індивідуальність кожного проекту; 4. Деякі проекти можуть займати дуже багато часу через занадто комплексні вимоги замовника; 5. Форма власності як бар'єр (державне підприємство); 6. Відсутність молодих фахівців; 7. Старіння основних засобів і технологій	1. Державне недофінансування галузі та недостатня державна підтримка підприємств; 2. Цінові війни з конкурентами; 3. Вхід на ринок нових гравців; 4. Втрата потенційних клієнтів через активну маркетингову діяльність конкурентів; 5. Валютні ризики; 6. Митні бар'єри; 7. Наявність конкурентів на зовнішньому ринку, що займають досить стійке становище; 8. Відсутність інвестиційних програм і приватних ініціатив в рамках певної галузі

Схематичне зображення матриці дозволяє наочно показати перетину конкретних факторів, а також за необхідності відсікти несуттєві фактори і зосередити увагу на більш значущих (важливі перетину зазначені в матриці хрестиками).

Етап виділення основних зав'язків між факторами особливо важливі для розробки напрямків розвитку. Це дозволяє зробити конструктивні висновки зі зробленого аналізу, точно структурувати проблеми і завдання, які стоять перед підприємством, і знайти шляхи вирішення з урахуванням наявних ресурсів.

Таблиця 2

Перетин чинників матриці на основі даних SWOT-аналізу

		Можливості (Opportunities)							Загрози (Threats)							
		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	8
Сильні сторони (Strengths)	1															
	2	x														
	3															
	4												x			
	5		x													
	6							x								
	7														x	
	8															
	9															
Слабкі сторони (Weaknesses)	1	x														
	2					x										
	3															
	4											x				
	5							x								
	6															
	7															

Основні зв'язки між факторами:

Можливості – сильні сторони: Збільшувати частку ринку за рахунок диверсифікації, яка можлива через наявність великої кількості професіоналів та лояльність клієнтів, що призведе до максимізації прибутку.

Можливості – слабкі сторони: Велика конкуренція може завадити зростанню частки ринку та не дозволити досягти лідерства в сегменті. Широка диверсифікація може бути невдалою через охоплення дуже широкої ланки клієнтів, вимоги яких можуть бути різними, а невдалий досвід з кожним із них – це зіпсована репутація.

Загрози – сильні сторони: Нарощування співпраці з лояльними та найвигіднішими клієнтами може нейтралізувати негативний вплив конкурентів та завадити їм зменшити частки ринку компанії. Великі норми прибутку дозволять брати участь у цінових війнах.

Загрози – слабкі сторони: Цінові війни з конкурентами можуть призвести до втрати частки ринку. Проте ця загроза не є дуже великою, оскільки досліджуване підприємство має конкурентну перевагу за ціною на продукцію.

При виборі напрямку розвитку підприємства доцільно врахувати більшу частину факторів, що впливають на діяльність підприємства. Виробляючи напрямок розвитку, потрібно пам'ятати, що можливості і загрози можуть переходити в свою протилежність. Так, невикористана можливість може стати загрозою, якщо її використовує конкурент. Або навпаки, вдало відвернена загроза може створити в організації додаткову можливість у тому випадку, якщо конкуренти не усунули цю ж загрозу.

Результатом повноцінного аналізу підприємства повинна стати така внутрішня і організаційна структура менеджменту, яка б забезпечила підприємству чутливість і стійкість щодо змін у зовнішньому середовищі.

Головним напрямом підвищення ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств є вирішення питання ефективної роботи маркетингової служби. На багатьох українських підприємствах не має окремого підрозділу, який відповідав би за управління маркетинговою діяльністю, тому ця функція частинами розподіляється серед усіх менеджерів інших підрозділів.

Створення маркетингової служби, або хоча б маркетингового підрозділу, дозволило б підвищити ефективність більшої частини маркетингових функцій підприємств. Цей захід також дозволив би досягти нового рівня

фінансово-економічних показників, збільшивши прибуток і зменшивши збитки підприємства. Підприємствам нагально потрібна розробка маркетингової стратегії – чіткого, проте адаптивного плану дій, націленого на досягнення поставлених цілей, до переліку яких входить підвищення якості продукції, збільшення обсягу продажів, підвищення чистого прибутку, покращення репутації бренду, підвищення лояльності клієнтів тощо. Маркетингова стратегія підприємства повинна мати у собі заходи щодо покращення тих характеристик маркетингової діяльності підприємства, які є найслабшими.

Більшість вітчизняних підприємств, незалежно від їх галузевої належності, не достатньо розуміє цінності та реального ефекту від створення маркетингового підрозділу, тому у більшості випадків він є формальним, або його немає взагалі. Також дуже часто керівництво підприємств ототожнює такі функції, як маркетинг і збут. Зрозуміло, що на виробничих підприємствах, які виробляють спеціалізовану та вузьконаправлену продукцію, добре опрацьована збутова політика – це основа успіху. Однак маркетинг має не меншу важливість, оскільки елементи збуту не враховують стан конкуренції на ринку, підходячи до питання продажу продукції більше з виконавчого боку. І зрозуміло, що спеціалісти зі збуту і тим паче рядові менеджери не мають змоги виконувати функції підрозділу маркетингу повноцінно, адже вони не є спеціалістами у цій сфері [8].

За результатами проведеного аналізу рівня маркетингової діяльності вітчизняних підприємств доцільно побудувати матрицю щодо позиціонування цих підприємств залежно від рівня ефективності маркетингової стратегії. Спираючись на думку Кубаревої І. В., до основних складових матриці доцільно віднести: цілі діяльності підприємства, тип ринкової стратегії, цілі стратегічного управління, акцент та об'єкт стратегії [3].

Відповідно до даних табл. 3 для підприємств запропоновано подальші шляхи розвитку маркетингової діяльності за чотирма напрямками. Залежно від цілей підприємства можливий вибір однієї або декількох з вищенаведених напрямків розвитку.

Якісна реклама та ефективне просування продукту на ринок гостро потребують професійного використання комплексу маркетингу, саме тому організаційна структура сучасного підприємства повинна зазнати значної зміни у вигляді створення підрозділу маркетингу. До основних напрямів удосконалення маркетингової діяльності на вітчизняних підприємствах слід віднести:

Таблиця 3

**Матриця визначення рівня маркетингової діяльності (МД)
вітчизняних підприємств**

Рівень МД	Рекомендації з підвищення рівня маркетингової діяльності		
	Цілі діяльності (ЦД) Ринкова стратегія (РС)	Ціль стратегічного управління (ЦСУ) Акцент стратегії (АС) Об'єкт стратегії (ОС)	Мета рівня маркетингової діяльності
Низький	ЦД: пошук нових ринків збуту; подолання нестачі фінансування та зниження собівартості продукції, яке можливе за рахунок пошуку нових постачальників сировини та інших шляхів зниження собівартості, що поведе за собою підвищення попиту на продукцію та притік додаткових коштів; заміна зношеного обладнання; розширення маркетингових заходів. РС: Вживання	ЦСУ: Реструктуризація та реорганізація АС: раціоналізація масштабів і напрямів діяльності підприємства ОС: внутрішні бізнес-процеси	Підтримка та стабілізація поточного стану підприємства
Середній	ЦД: Диверсифікація та удосконалення продукції підприємства та розширення ринкових позицій РС: Закріплення Стабілізація Розвиток	ЦСУ: Вдосконалення виробничої та збутової діяльності АС: освоєння нових виробничих потужностей та розширення продуктової лінійки ОС: ринкові / галузеві можливості	Нарощення інвестиційного потенціалу, максимізація прибутку підприємства, задоволення потреб споживачів через підвищення якості продукції
Високий	ЦД: Оптимізація, забезпечення стабільних параметрів діяльності через утримання та посилення завойованих ринкових позицій РС: Розвиток Розширення Реалізація потенціалів	ЦСУ: Інтеграція діяльності підприємства АС: модернізація виробництва та підвищення вартості підприємства ОС: рентабельність інвестицій та вартість капіталу підприємства	Реалізація потенціалу підприємства, вихід на нові ринки

- заснування маркетингового підрозділу та його подальший розвиток;
- створення усіх необхідних умов для ефективного функціонування маркетингового підрозділу;
- створення та розвиток служби маркетингу, яка об'єднує підрозділ з усіма іншими підрозділами підприємства;
- регулярний збір та аналіз актуальної й достовірної інформації щодо ринку, споживачів, конкурентів, постачальників та розробка відповідних маркетингових заходів;
- удосконалення продукції підприємства відповідно до потреб споживачів та пропозицій конкурентів;
- створення системи впливу на споживачів, їх попит та обізнаність про компанію шляхом використання маркетингових інструментів.

Щодо управління маркетинговою діяльністю та системи оцінки її ефективності, аналіз сучасних методів показує, що найголовніша вимога полягає у тому, що система оцінки повинна включати в себе ключові фактори, які є індикаторами довгострокового стратегічного успіху підприємства. Довгострокова орієнтованість системи управління є настільки цінною через загальну «недовгостроковість» умов зовнішнього середовища, яка робить підприємства без довгострокових цілей та плану дій вкрай уразливими [4, с. 191].

До основних методик формування маркетингового комплексу забезпечення конкурентоспроможності виробничого підприємства відносяться:

- удосконалення системи логістики та системи управління збутом;
- формування організаційної структури менеджменту;
- підвищення корпоративної культури;
- розробка та удосконалення нормативного забезпечення підприємства;
- удосконалення системи калькуляції витрат на виробництво продукції;
- забезпечення технологічного розвитку підприємства та його продукції;
- постійне впровадження нових методів управління діяльністю та персоналом;
- дотримання екологічних стандартів безпечності виробництва;
- забезпечення інноваційного розвитку підприємства та інше.

Будь-які зміни на підприємстві, навіть дуже незначні, потребують відповідних витрат, і саме тому вони також потребують обґрунтування. І оскільки однією з головних цілей діяльності підприємства є отримання постійного збільшення прибутку, обґрунтування змін повинно мати в першу чергу економічний характер.

Слід врахувати той факт, що створення служби маркетингу на підприємстві з нуля – це дуже витратний, трудомісткий та тривалий захід. До того ж під час його втілення дуже часто виникають диспути та суперечки між маркетинговим персоналом та генеральним директором компанії, тому що вони мають різні погляди на одні й ті самі речі. Подібні ускладнення уповільнюють процес внутрішніх перетворень, а це, своєю чергою, викликає додаткові витрати, які знижують рентабельність маркетингових заходів і знижують зацікавленість керівництва.

До того ж керівництво компанії дуже часто не погоджується на очікування результатів маркетингових заходів, чекаючи економічного ефекту тут і зараз та забуваючи про довгостроковий характер прийнятих рішень. Через це маркетингова діяльність форсується та, як наслідок, руйнується.

Саме тому першими кроками новоствореного підрозділу маркетингу мають бути заходи щодо стимулювання збуту через рекламу. Правильна організація проведення рекламних заходів стане прекрасним стимулятором збуту та дозволить підприємству значно збільшити свій дохід, який зробить створення підрозділу маркетингу та маркетингової служби рентабельним в очах керівництва [1, с. 190].

Перед створенням підрозділу маркетингу підприємство повинно провести калькуляцію витрат, потрібних для цього. На жаль, в умовах обмеженості вільних фінансових ресурсів, керівники малих і середніх підприємств мають тенденцію до надмірної економії витрат, відносячи витрати на маркетинг до необов'язкових.

Таке відношення не дозволить підрозділу маркетингу вдало функціонувати, тому що він просто не зможе розкрити свій потенціал.

Проте, згідно з досвідом вітчизняних і зарубіжних дослідників, у середньому вдосконалення маркетингової діяльності підприємства призводить до 20-відсоткового приросту прибутку [6, с. 183].

Ще одним дієвим засобом підвищення ефективності маркетингової діяльності та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств є участь у со-

ціальних та екологічних проєктах. Соціальна активність і відповідальність – найкращі ознаки надійного підприємництва.

Таким чином, можна зробити висновок, що між рівнем конкурентоспроможності підприємства й ефективністю його маркетингової діяльності існує дуже сильний зв'язок. Маркетинг – це інструмент забезпечення успіху діяльності підприємства як на вітчизняному ринку, так і на зарубіжних. Цілі маркетингової діяльності цілком відповідають цілям підвищення конкурентоспроможності підприємства: збільшення частки ринку, підвищення прибутку, здобуття переваги над конкурентами, забезпечення розвитку підприємства та інші. Проаналізовано важливість цього взаємозв'язку для вітчизняних підприємств та запропоновано напрямки підвищення конкурентоспроможності й ефективності маркетингової діяльності.

Також сформовано рекомендації щодо створення маркетингового підрозділу та визначено основні елементи маркетингової стратегії підприємства: покращення логістики, удосконалення організаційної структури, підвищення екологічності продукції та підвищення корпоративної культури.

Основним кроком назустріч реалізації всіх перерахованих переваг є створення маркетингового комплексу, який буде направлений на підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства. Створення підрозділу маркетингу, маркетингової служби та маркетингової стратегії дозволить вітчизняним підприємствам використовувати зміни в зовнішньому середовищі на свою користь, надаючи широкі можливості для конкурентної боротьби на ринку.

Література

1. Гуржій Н. Г., Шталь Т. В., Писаренко В. В., Мелушова І. Ю. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку: маркетингово-логістичний аспект : монографія. Харків : Лідер, 2017. 230 с.
2. Конопляникова М. А. Управління маркетинговою діяльністю: поняття, принципи, підходи. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. С. 332–336.
3. Кубарева І. В. Механізм забезпечення інвестиційної привабливості підприємства (за матеріалами фармацевтичних підприємств України) : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2015. 20 с.
4. Маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності підприємства: стратегічний підхід та системні рішення : монографія / [О. В. Кендюхов та ін.] ; за заг. ред. О. В. Кендюхова. Донецьк : Схід. вид. дім, 2014. 201 с.

5. Чернишова О. Б., Цуркан С. М., Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. Одеса : Атлант, 2013. 470 с.

6. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. Вип. 4 (51). С. 183–188.

7. Мартиненко В. П., Манько І. В. Методичні підходи до оцінювання управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 5. URL: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2018/29_68_5/17.pdf

8. Хамініч В. І. Удосконалення маркетингової діяльності торгово-посередницьких підприємств України. *Вісник ДНУ імені Олеся Гончара*. 2015. URL: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201264/haminich.html>.



Наукове видання

**КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ
ТА ІННОВАЦІЇ:
ПРОБЛЕМИ НАУКИ ТА ПРАКТИКИ**

присвячена видатному вченому-економісту О. Г. Ліберману

**Матеріали
Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

**19 листопада 2021 року
м. Харків**

Підписано до друку 05.11.2021 р. Формат 60 x 84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Warnock Pro. Друк цифровий. Ум. друк. арк. 5,3.
Обл.-вид. арк. 6.7. Наклад 100 прим. Зам. № 1949.

ФОП Лібуркіна Л. М.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру
видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
від 12.02.2003 р., серія ХК № 76
61001, м. Харків, а/с 870.

Надруковано: ФОП Рубашкін Д. Ю.
Україна, 61002, Харків,
вул. маршала Бажанова, 2