ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ РИНКУ ТА ЕКОНОМІКО-ЕКОЛОГІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ НАУК УКРАЇНИ

INSTITUTE OF MARKET PROBLEMS AND ECONOMIC&ECOLOGICAL RESEARCH OF NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF UKRAINE

ЕКОНОМІЧНІ ІННОВАЦІЇ

ECONOMIC INNOVATIONS

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ
COLLECTION OF SCIENTIFIC WORKS

Засновано у жовтні 1998 року
Series founded in October, 1998

За наук. редакцією
академіка НАН України, д.е.н., проф. Буркинського Б.В.

Том 21, Випуск 1(70)
Volume 21, Issue 1(70)

Одеса
2019

UDC 338.47(656.6:504)332.14

Засновник і видавець:
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України

Рекомендовано до друку та публікації у мережі Інтернет Вченою Радою Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
(протокол № 2 від 14.02.2019 р.)

Редакційна колегія:
Головний редактор: **Буркинський Б.В.**, акад. НАН України, д-р екон. наук, проф.
Заступник головного редактора: **Лайко О.І.**, д-р екон. наук, с.н.с.;
Відповідальний секретар редколегії: **Хумарова Н.І.**, д-р екон. наук, с.н.с.

Члени редакційної колегії:
Амоша О.І., акад. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **Андрєєва Н.М**., д-р екон. наук, с.н.с.; **Бутенко А.І.**, д-р екон. наук, проф.; **Вєжбєнєць В.**, проф. надзв., докт. габіліт. (м. Ярослав, Польща); **Горіап П.** (В.Британія); **Жихарєва В.В.**, д-р екон. наук, проф.; **Зверяков М.І.**, чл.-кор. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **Ковальов А.І.**, д-р екон. наук, проф.; **Котлубай О.М.**, д-р екон. наук, проф.; **Криштальов В.К.,** д-р екон. наук, проф. (м. Москва, Росія); **Купінець Л.Є.**, д-р екон. наук, проф.; **Лисюк В.М.**, д-р екон. наук, проф.; **Макаренко М.В.,** д-р екон. наук, проф.; **Манцуров І.Г.**, чл.-кор. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **Осипов В.М.**, д-р екон. наук, проф.; **Пирожков С.І.**, акад. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **Прокопюк А.**, докт. габіліт. (м. Бєлосток, Польща); **Рейман К.**, проф. надзв., докт. габіліт. (м. Ярослав, Польща); **Сатанова А.**, проф. надзв., к.е.н. (м. Пряшів, Словаччина); **Симоненко В.К.,** чл.-кор. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **Степанов В.М**., д-р екон. наук, проф.; **Туниця Ю.Ю.**, акад. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **Уманець Т.В.**, д-р екон. наук, проф.; **Філиппова С.В.**, д-р екон. наук, проф.; **Черчик Л.М.**, д-р екон. наук, проф.; **Шапар А.Г.**, чл.-кор. НАН України, д-р тех. наук, проф.

Журнал індексується та реферується:
Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського, Google Scholar, ROAD (Directory of Open Access scholarly Resources), URAN, Crossref, Ulrichsweb, Index Copernicus, Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України, WorldCat, SciLit.
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 15485-4057 ПР від 13.07.2009 р.
Відповідно до наказу МОН України від 09.03.2016 р. № 241 «Економічні інновації» внесено у перелік наукових фахових видань України, у яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата економічних наук.

© Інститут проблем ринку та економіко-екологічних
досліджень НАН України, Одеса, 2019

UDC 338.47(656.6:504)332.14

Publishers and founders:

Institute of Market Problems and Economic&Ecological Research of NAS of Ukraine

Approved for publishing and Internet publications
by the Scientific Council of the Institute of Market Problems and Economic&Ecological Research, NAS of Ukraine
(February 14, 2019, protocol № 2)

Editorial Board:
Editor-in-Chief: **Burkynskyi B.V.**, Academician of National Academy of Sciences of Ukraine, Dr. Sci. (Econ.), Prof.
Deputy Editor: **Laiko O.I.**, Dr. Sci. (Econ.), Senior researcher;
Assistant editor: **Khumarova N.I.**, Dr. Sci. (Econ.), Senior researcher

Editorial Board Members:
Amosha A.I., Academician of National Academy of Sciences of Ukraine, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Andryeyeva N.M.,** Dr. Sci. (Econ.), Senior researcher; **Butenko A.I.,** Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Wierzbieniec W.,** Prof.nadzw. dr. hab, (Yaroslav, Poland); **Goriup P.**, (Great Britain); **Zhikhareva V.V.,** Dr. Sci. (Econ.) Prof.; **Zveryakov M.I.,** Corresponding Member of the NAS of Ukraine, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Kovalev A.I.** Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Kotlubay A.M.**, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Krishtalyov V.K.,** Dr. Sci. (Econ.), Prof. (Moscow, Russia); **Kupynetc L.E.**, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Lysyuk V.M.,** Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Makarenko M.V.,** Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Mantsurov I.G.**, Corresponding Member of the NAS of Ukraine, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Osipov V.M.,** Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Pirozhkov S.I.,** Academician of National Academy of Sciences of Ukraine, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Prokopiuk A.,** Prof. nadzw. dr. hab., (Biaiystok Poland); **Rejman K.**, Prof. nadzw. dr. hab., (Yaroslav, Poland); **Satanova A.,** Prof. nadzw. dr. (Presov, Slovakia); **Simonenko V.K.**, Corresponding Member of the NAS of Ukraine, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Stepanov V.M.,** Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Tunytsya Yu.Yu.,** Academician of National Academy of Sciences of Ukraine, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Umanets T.V.**, Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Filippova S.V.,** Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Cherchyk L.M.,** Dr. Sci. (Econ.), Prof.; **Shapar A.G.**, Corresponding Member of the NAS of Ukraine, Dr. Sci. (Techn.), Prof.

The journal is indexed and referenced:
Vernadsky National Library of Ukraine, Google Scholar, ROAD (Directory of Open Access scholarly Resources), URAN, Crossref, Ulrichsweb, Index Copernicus, Scientific electronic library of periodicals of NAS of Ukraine, WorldCat, SciLit.

Registration Certificate: КВ № 15485-4057 PR of July 07, 2009.
«Economic Innovations» is updated to the new list of scientific professional editions, which can publish the results of PhD theses in Economics by Order Ministry of Education and Science of Ukraine № 241 of 09.03.2016

Institute of Market Problems and Economic&Ecological
Research of NAS of Ukraine, 2019

ЗМІСТ

Буркинський Б.В., Горячук В.Ф., Мурзановський Г.М. *АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА РЕФОРМА УКРАЇНИ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ* ……..... *8*

Vardiashvili A.V. *MARKETING AND LOGISTIC COMPONENT OF INCREASING COMPETITIVENESS OF INTEGRATED ENTERPRISES*
(Вардіашвілі А.В.,. *МАРКЕТИНГОВА ТА ЛОГІСТИЧНА СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ Англ* ***)*** *……..……* *22*

Данченко О.О. *КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КРЮЇНГОВОЇ КОМПАНІЇ*……..……. *28*

ZhukP.V.*METHODICAL APPROACHES TO THE REFORMING OF ADMINISTRATIVE DISTRICTS IN UKRAINE*
(Жук П.В. *МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РЕФОРМУВАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ РАЙОНІВ В УКРАЇНІ.Англ****)*……..……..… *37*

Karpenko O.O., Turenko Ye.A., Karpenko H.Yu., Khamid K. *FEATURES OF FOOD MARKET FUNCTIONING IN UKRAINE****.***
(Карпенко О.О., Туренко Є.А., Карпенко Г.Ю., Хамид К.О. *ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ МЕДУ В УКРАЇНІ Англ****)*..... *43*

Кирилов Ю.Є., Крикунова В.М., Жосан Г.В. *КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ І НАПРЯМІВ ОЦІНЮВАННЯ*……. *52*

Koval Z.O. *EVALUATION OF EFFICIENCY OF MARKETING STRATEGIES OF ENTERPRISES BY FACTOR ANALYSIS METHODS*
(Коваль З.О. *ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДІВ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ. Англ.)*……. *64*

Ковбатюк М.В., Шевчук В.О. *КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВЛАСНОСТІ: ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ*……..... *75*

Laiko O.I., Talpa V.P., Chechovich Z.V. *TAX DISTRIBUTION OF REGIONAL ECONOMIC COOPERATION UNDER GLOCALIZATION AND LOCAL SELFFGOVERNANCE REFORMING CONDITIONS*
*(****Лайко О.І., Талпа В.П., Чехович З.В.*** *ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОКАЛІЗАЦІЇ ТА РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ. Англ.)*…… *85*

Lavrushchenko Yu.O*.THE ROLE OF MARITIME TRANSPORT IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE*
*(****Лаврущенко Ю.О***. *РОЛЬ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ. Англ.)*……..……. *98*

Lashutina V.O*., PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF CONTAINER CARGO TRANSPORTATION INLAND WATERWAYS OF UKRAINE*
(Лашутина В.О. *ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНТЕЙНЕРНИХ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕНЬ ВНУТРІШНІМИ ВОДНИМИ ШЛЯХАМИ УКРАЇНИ. Англ.)*……..……. *106*

Назаренко Ю.А. *МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ВИТРАТНОГО (ІНВЕСТИЦІЙНОГО) ПІДХОДУ*…… *113*

Осипов В.М., Осипова Л.А., Гаіна Б.С., *КОНЦЕПТ ТРАНСКОРДОННОГО КЛАСТЕРА ПО ПЕРЕРОБЦІ ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ ВИНОРОБСТВА В УКРАЇНІ ТА В МОЛДОВІ. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ І СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ…….* *122*

Remzina N.A*. PORT DUES AS THE MAIN SOURCE OF FINANCING OF THE PERMANENT STRUCTURES OF THE MARITIME TRANSPORT SYSTEM*
(Ремзина Н.А. *ПОРТОВІ ЗБОРИ ЯК ЄДИНЕ ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ПОСТІЙНИХ УСТРОЇВ МОРСЬКОЇ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ. Англ.)……* *134*

Robul Y. V., Hrinchenko Y. L., Zalubinska L.M. *SOCIAL MEDIA MARKETING INFLUENCE ON BRAND EQUITY AND IMPACT ON INTENTION TO BUY IN FASHION MARKETING*
(Робул Ю.В., ГрінченкоЮ. Л., Залюбінська Л.М. *ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ НА КАПІТАЛ БРЕНДУ ТА КУПІВЕЛЬНИЙ НАМІР У МАРКЕТИНГУ МОДНИХ ТОВАРІВ. Англ.)……* *146*

Rozvadovska O.V. *COMPLEX ECONOMIC ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF SEA TRANSPORT ENTERPRISES ON THE PRINCIPLES OF STABLE DEVELOPMENT*
(Розвадовська О.В*. КОМПЛЕКСНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ НА ПРИНЦИПАХ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ. Англ)……* *160*

Chukurna O.P., Nitsenko V. S., Hanzhurenko I.V., Goncharuk H.P *DIRECTIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TRANSPORT LOGISTICS IN UKRAINE*
(Чукурна О.П. Ніценко В.С. Ганжуренко І.В. Гончарук Н.Р.*НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ Англ)……* *170*

CONTENTS

Burkinsky B.V.,Goriachyk V. F.,Murzanovskiy G. M., *THE ADMINISTRATIVE AND TERRITORIAL REFORM IN UKRAINE: ECONOMIC ASPECTS…….…… 8*

Vardiashvili A.V*. MARKETING AND LOGISTIC COMPONENT OF INCREASING COMPETITIVENESS OF INTEGRATED ENTERPRISES…….….. 22*

Danchenko O.O. *KEY PERFORMANCE INDICATORS OF A CREWING COMPANY ACTIVIT…… 28*

Zhuk P.V. *METHODICAL APPROACHES TO THE REFORMING OF ADMINISTRATIVE DISTRICTS IN UKRAINE…….…... 37*

Karpenko O.O., Turenko Ye.A.,Karpenko H.Yu.,Khamid K. *FEATURES OF FOOD MARKET FUNCTIONING IN UKRAINE…….…… 43*

Kyrylov Y.Y.,KrykunovA V.M.,Zhosan H.V.,*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY SYSTEM: TRANSFORMATION OF APPROACHES AND EVALUATION DIRECTIONS……. 52*

Koval Z.O. *EVALUATION OF EFFICIENCY OF MARKETING STRATEGIES OF ENTERPRISES BY FACTOR ANALYSIS METHODS…… 64*

Kovbatiuk M.V.,Shevchuk V.O*.,CONCEPTUAL APPROACHES TO PROPERTY CLASSIFICATION: POLITICAL - ECONOMICAL ASPECT…….. 75*

Laiko O.I., Talpa V.P., Chechovich Z.V*. TAX DISTRIBUTION OF REGIONAL ECONOMIC COOPERATION UNDER GLOCALIZATION AND LOCAL SELFFGOVERNANCE REFORMING CONDITIONS…… 85*

Lavrushchenko Yu.O*.THE ROLE OF MARITIME TRANSPORT IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE…….. 98*

Lashutina V.O*., PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF CONTAINER CARGO TRANSPORTATION INLAND WATERWAYS OF UKRAINE…….. 106*

Nazarenko Y.A*.,METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF EVALUATION OF CAPITALIZATION OF ENTERPRISES OF UKRAINE BASED ON THE COST (INVESTMENT) APPROACH…… 113*

Osypov V.M. Osypova L.A., Gaina B.S. *CONCEPT OF THE TRANSBOUNDARY CLUSTER ON PROCESSING OF SECONDARY RAW OF WINE FOOD IN UKRAINE AND MOLDOVA PROBLEMS OF FORMATION AND DEVELOPMENT STRATEGY…… 122*

Remzina N.A*. PORT DUES AS THE MAIN SOURCE OF FINANCING OF THE PERMANENT STRUCTURES OF THE MARITIME TRANSPORT SYSTEM……. 134*

Robul Y. V., Hrinchenko Y. L., Zalubinska L.M. *SOCIAL MEDIA MARKETING INFLUENCE ON BRAND EQUITY AND IMPACT ON INTENTION TO BUY IN FASHION MARKETING.…….. 146*

Rozvadovska O.V. *COMPLEX ECONOMIC ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF SEA TRANSPORT ENTERPRISES ON THE PRINCIPLES OF STABLE DEVELOPMENT.…….. 160*

Chukurna O.P., Nitsenko V. S., Hanzhurenko I.V., Goncharuk H.P *DIRECTIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TRANSPORT LOGISTICS IN UKRAINE……. 170*

УДК 353:351.862.4
JEL R100

БУРКИНСЬКИЙ Б.В.,
академік НАН України, д-р екон. наук, професор
директор Інститут проблем ринку та
економіко-екологічних досліджень НАН України
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: oss_iprei@ukr.net
ORCID: 0000-0001-9303-0898

ГОРЯЧУК В.Ф.,
д-р екон. наук, ст. наук. співроб.
Інституту проблем ринку та
економіко-екологічних досліджень НАН України
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: valeriygoryachuk@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4061-5336

МУРЗАНОВСЬКИЙ Г.М.,
аспірант Інституту проблем ринку та
економіко-екологічних досліджень НАН України
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: odessa.mgm@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4807-2842

АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНА РЕФОРМА УКРАЇНИ: ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

Актуальність. *Обумовлена надмірною централізацією повноважень та фінансово-матеріальних ресурсів органами виконавчої влади, неспроможністю територіальних громад базового рівня виконувати свої повноваження, погіршенням якості та доступності публічних послуг внаслідок нестачі фінансового та матеріального забезпечення.*

Мета та завдання. *Дослідити економічні аспекти адміністративно-територіальної реформи в України, виявити основні проблеми фінансового забезпечення територіальних громад базового рівня.*

Результати. *Модель бюджетних відносин здійснює вирівнювання не за видатками, а за доходами. Такий механізм має мотиваційну складову щодо зацікавленості в нарощуванні дохідної бази місцевих бюджетів. В той час, перехід до вирівнювання місцевих бюджетів за доходами привів до посилення диференціації громад. Найбільшу вигоду отримали міста обласного значення доходи яких суттєво зросли. Доходи місцевого самоврядування складаються з власних доходів та трансфертів з центрального рівня. На протязі останніх майже 20-ти років простежується тенденція до зменшення питомої ваги власних доходів місцевих бюджетів і збільшення частки доходів державного бюджету у зведеному бюджеті України (без міжбюджетних трансфертів). Частка доходів місцевих бюджетів без трансфертів (власних доходів) зменшилася у 1,5 разу, з 31,4 % у 2002 році до 20,9 % у 2018 році.*

В системі фінансування місцевого самоврядування на протязі періоду дослідження зростала частка трансфертів. Питома вага власних доходів зменшилася майже у 2 рази, з 78,4 % у 2002 році до 42,1 % у 2018 році, а частка трансфертів збільшилася відповідно з 21,6 % до 57,9 %. Така залежність від трансфертів має серйозні масштаби: у 45 % об'єднаних територіальних громад (ОТГ) трансферти у 2016 році становили 75 % доходів. Зростання частки трансфертів в бюджетах місцевого самоврядування, залежність обсягів трансфертів від центральних органів влади та неможливість їх планування, а також передача повноважень без відповідного фінансового забезпечення створюють суттєві ризики для економічної самодостатності місцевих громад.

У 2016 році 76 % видатків органів місцевого самоврядування виконувалося від імені центральних органів влади як фінансування «делегованих повноважень» (охорона здоров'я, освіта, соціальний захист). В той же час трансферти з центрального рівня складали лише 57,9 % доходів місцевих бюджетів. Тобто чималу частину делегованих повноважень органи місцевого самоврядування вимушені фінансувати за рахунок власних доходів. Внаслідок цього у них мало ресурсів на виконання їх «власних повноважень», а саме на будівництво та

ремонт місцевих доріг і житла, надання комунальних послуг (водопостачання і каналізація, збирання відходів, опалення, тощо), а також на місцевий транспорт і розвиток об'єктів культури і відпочинку. Під тягарем поточних видатків інвестиційна спроможність органів місцевого самоврядування є малою.

Владні структури на рівні області та району не є повністю самоврядними, бо на обласному та районному рівнях діють як органи місцевого самоврядування (обласні та районні рада), так і органи виконавчої влади (обласні та районні державні адміністрації). У перших дуже мало повноважень, а їх виконавчі органи не створені, хоча це передбачено Концепцією. Другі підпорядковані центральним органам влади і саме вони грають домінуючу роль. Усе це ускладнює оцінку змін на обласному та районному рівнях у розрізі фінансової децентралізації.

Необхідною умовою нормального функціонування та розвитку ОТГ є їх економічна самодостатність. Це передбачає відповідність доходів ОТГ їх видаткам, необхідних для здійснення власних та делегованих повноважень. Для здійснення оцінки економічної самодостатності громад необхідна відповідна методика. Пройшло більше 4-х років здійснення реформи децентралізації, але відповідна методика відсутня. Відсутність методики оцінки економічної самодостатності об'єднаних територіальних обумовлена об'єктивними причинами. По-перше, це відсутність чіткого та законодавчо закріпленого розподілу повноважень між виконавчою владою та місцевим самоврядуванням, а також між рівнями останнього. По-друге, відсутність стандартів та норм фінансового та інфраструктурного забезпечення публічних послуг (школи, дитячі садки, фельдшерсько-амбулаторні пункти, амбулаторії, інженерні мережі та інше).

Висновки. *Проведене дослідження свідчить, що Україна має централізовану систему доходів і видатків, а реформа фінансової децентралізації призвела до протилежного результату, а саме до зростання залежності місцевого самоврядування від центральних органів влади. Реформа фінансової децентралізації в Україні схиляється у бік підтримки моделі, що більше базується на трансфертах, ніж на власних доходах.*

Ключові слова: *фінансове забезпечення, економічна самодостатність, трансферти, власні доходи, об'єднані територіальні громади.*

BURKINSKY B.V.,
Academician of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Dr. Econ. Sciences, Professor
Director Institute of Market Problems and Economic and
Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
French Boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: oss_iprei@ukr.net
ORCID: 0000-0001-9303-0898

GORIACHYK V. F.,
Dr. Econ. Sciences, Senior Researcher
Institute of Market Problems And Economic and
Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine
E-mail: valeriygoryachuk@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4061-5336

MURZANOVSKIY G. M.,
Postgraduate student
Institute of Market Problems And Economic & Ecological Research of the
National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine
E-mail: odessa.mgm@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4807-2842

THE ADMINISTRATIVE AND TERRITORIAL REFORM IN UKRAINE: ECONOMIC ASPECTS

Topicality. *It is caused by excessive centralization of powers and financial and material resources by the executive authorities, the inability of the territorial communities of the basic level to fulfill their powers, the deterioration of the quality and availability of public services due to the lack of financial and material provision.*

Aim and tasks. *To investigate the economic aspects of administrative-territorial reform in Ukraine, to identify the main problems of financial provision of territorial communities of the baseline level.*

Research results. *The model of budget relations implemented is aligned not by expenditures, but by income. Such a mechanism has a motivational component regarding the interest in increasing the revenue base of local budgets. At that time, the transition to equalization of local budgets by income led to an increase in the differentiation of communities. Most benefit was given to cities of regional significance whose incomes have increased significantly. Local government revenues consist of own revenues and transfers from the central level. Over the past 20 years, the tendency towards a decrease in the share of local budget revenues and the increase in the share of state budget revenues in the consolidated budget of Ukraine (without intergovernmental transfers) has been observed. The share of local budget revenues without transfers (own revenues) decreased by 1,5 times from 31,4 % in 2002 to 20,9 % in 2018.*

In the financing system of local self-government, during the study period, the share of transfers increased. The share of own revenues decreased almost 2 times, from 78,4 % in 2002 to 42,1 % in 2018, and the share of transfers increased from 21,6 % to 57,9 %, respectively. This dependence on transfers is of a serious scale: in 45 % of the united territorial communities (UTC) transfers in 2016 amounted to 75 % of revenues. The increase in the share of transfers in the budgets of local self-government, the dependence of the amount of transfers from central authorities and the inability to plan them, as well as the transfer of powers without adequate financial support, pose significant risks to the economic self-sufficiency of local communities.

In 2016, 76 % of expenditures of local self-government bodies were performed on behalf of central authorities as financing of "delegated powers" (health care, education, social protection). At the same time, transfers from the central level accounted for only 57,9 % of local budget revenues. That is, a considerable part of delegated powers of local self-government bodies are forced to finance at the expense of their own income. As a result, they have little resources to fulfill their "own authority", namely the construction and repair of local roads and housing, the provision of utilities (water supply and sewerage, waste collection, heating, etc.), as well as local transport and development of " objects of culture and rest. Under the burden of current expenditures, the investment capacity of local self-government bodies is small.

The authorities at the oblast and rayon level are not entirely self-governing, as regional and district levels act as local self-government bodies (regional and district councils), as well as executive bodies (oblast and rayon state administrations). The first few have very few powers, and their executive bodies are not created, although this is provided by the Concept. The latter are subordinate to the central authorities and they have a dominant role. All this complicates the assessment of changes at the regional and district levels in the context of financial decentralization.

A prerequisite for the normal functioning and development of UTC is their economic self-sufficiency. This implies that the UTC revenues correspond to the expenditures necessary for the exercise of their own and delegated powers. An appropriate methodology is needed to carry out an assessment of the economic self-sufficiency of the communities. More than 4 years of decentralization reform have taken place, but there is no corresponding methodology. The lack of a methodology for assessing the economic self-sufficiency of the combined territorial is due to objective reasons. First, this is the lack of a clear and legally-established division of powers between the executive and local self-government bodies, as well as between the levels of the latter. Secondly, the lack of standards and norms of financial and infrastructural provision of public services (schools, kindergartens, paramedical outpatient departments, out-patient departments, engineering networks, etc.).

Conclusions*. The conducted study shows that Ukraine has a centralized system of incomes and expenditures, and the reform of financial decentralization has led to the opposite result, namely, to increase the dependence of local self-government on central authorities. The reform of financial decentralization in Ukraine tends to support a model that is more based on transfers than on its own revenue.*

Keywords: *financial support, economic self-sufficiency, transfers, own revenues, united territorial communities.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Існуюча система адміністративно-територіального устрою в Україні не задовольняє потреб суспільства. Це обумовлено надмірною централізацією повноважень та фінансово-матеріальних ресурсів органами виконавчої влади, неспроможністю територіальних громад базового рівня виконувати свої повноваження, погіршенням якості та доступності публічних послуг внаслідок нестачі фінансового та матеріального забезпечення.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Серед українських науковців проблемні питання адміністративно-територіального устрою в Україні, оцінки економічної самодостатності та формування спроможних об’єднаних територіальних громад, бюджетної децентралізації досліджують В. Симоненко, С. Саханенко, А. Ткачук, Л. Голинська, В. Осипов, А. Пелехатий та інші дослідники.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Недостатня увага приділяється питанням фінансового забезпечення та економічної самодостатності об’єднаних територіальних громад України.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання). Дослідити економічні аспекти адміністративно-територіальної реформи в України, виявити основні проблеми фінансового забезпечення територіальних громад базового рівня.

Виклад основних результатів та їх обгрунтування. Бюджетно-податкова децентралізація є наріжним каменем процесу децентралізації в Україні. Цей принцип закріплено в Конституції України, в Законі України «Про місцеве самоврядування», в Бюджетному та Податковому Кодексах, в Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні (далі – Концепція), а також в Європейській хартії місцевого самоврядування, що формують основні положення щодо фінансування органів місцевої влади, бюджетних відносин та механізмів вирівнювання [1-6]. Проте, принципи, що містять ці документи, не були повністю реалізовані, не зважаючи на спроби збільшити бюджетний ресурс органів місцевого самоврядування, покращити прозорість і передбачуваність міжбюджетних відносин.

Створення самодостатнього місцевого самоврядування відповідає змісту головної мети Європейській хартії місцевого самоврядування, (ратифікована Україною у 1997 році). Згідно статті 9 цієї хартії органи місцевого самоврядування мають право в рамках національної економічної політики на власні адекватні фінансові ресурси, якими вони можуть вільно розпоряджатися в межах своїх повноважень. Обсяг фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування повинен відповідати повноваженням, передбаченим Конституцією або законом [6].

Одним з головних завдань Концепції є створення належних фінансових, матеріальних та організаційних умов для забезпечення виконання органами місцевого самоврядування власних і делегованих повноважень. Концепція передбачає забезпечення достатньої кількості ресурсів для виконання повноважень, реформування міжбюджетних трансфертів, механізмів вирівнювання доходів та системи оподаткування, у тому числі необхідність запровадження автономії у визначенні ставок податків та баз оподаткування, спрощення доступу до позикових ресурсів, збалансування державного контролю місцевих фінансів, збільшення прозорості та ефективності бюджетів, розширення повноважень з управління земельними ресурсами [5].

З огляду на це у Концепцію було закладено декілька важливих принципів фінансової децентралізації:

– надання органам місцевого самоврядування ресурсів, необхідних для здійснення власних та делегованих повноважень;

– розрахунок міжвідомчих трансфертів на основі єдиних стандартів надання публічних послуг;

– фінансування з державного бюджету безпосередньо до кожного місцевого бюджету;

– визначення фінансового підґрунтя для здійснення власних повноважень місцевими органами влади щодо податків та зборів, що пов’язані з територією відповідної територіально-адміністративної одиниці;

– консолідація місцевими бюджетами частини надходжень від податку на прибуток новостворених юридичних осіб впродовж п’яти років з дати інвестування в юридичну особу;

– надання органам місцевого самоврядування права регулювати ставки місцевих податків і зборів;

– запобігання наданню іншими органами місцевого самоврядування та виконавчими органами пільг, які зменшують дохідну частину місцевих бюджетів. Такі фіскальні пільги можуть бути запроваджені лише органом місцевого самоврядування, чий бюджет включає такі податки та збори;

– забезпечення доступу місцевих органів самоврядування до кредитних ресурсів для реалізації ними інвестиційних проектів. Спрощення процедур затвердження позик та надання щодо них гарантій на місцевому рівні;

– визначення матеріальної основи місцевого самоврядування, в тому числі земель у власності територіальних громад сіл і селищ, містечок і міст, а також спільних активів у власності територіальних громад сіл і селищ, містечок і міст, районів і областей;

– надання територіальним громадам права розпоряджатися земельними ресурсами на своїх територіях, об’єднувати власні активи та ресурси в рамках співробітництва між громадами з метою реалізації спільних програм та надання населенню прилеглих територіальних громад публічних послуг у більш ефективний спосіб.

В ухваленій у 2014 році Концепції повною мірою визнано важливість розв’язання проблем податково-бюджетної сфери для реалізації реформи децентралізації. Однак, на підтримку цієї позиції

нема конкретної стратегії та плану її реалізації. Здійсненні зміни стосувалися трансфертів між рівнями місцевого самоврядування, розщеплених податків і податків з власних джерел, неподаткових доходів, запозичень і фінансового планування, а також фінансового менеджменту.

В результаті реформи децентралізації об'єднані територіальні громади (далі – ОТГ) мають власні бюджети, до яких надходять податок на доходи фізичних осіб (далі – ПДФО) та податки з власних джерел, субвенції та неподаткові доходи. Тепер ОТГ мають прямі бюджетні відносини з Державним бюджетом. Громіздку вертикально побудовану систему компенсацій замінено на горизонтальні систему вирівнювання (базові та реверсні дотації).

Значної модифікації зазнала система трансфертів та субвенцій. Кілька розрахованих за формулою субвенцій з центрального рівня є цільовими для фінансування секторів освіти та охорони здоров'я, на додаток до вже чинних соціальних субсидій. Також були запроваджені або реформовані інвестиційні субвенції з метою стимулювати регіональний розвиток через Державний фонд регіонального розвитку (ДФРР) і вдосконалювати соціальний та економічний розвиток територій та інфраструктуру в ОТГ.

Згідно плану заходів щодо реалізації Концепції було передбачено розробку Методики формування спроможних територіальних громад, яка була затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 8 квітня 2015 року № 214. Але аналіз цієї методики свідчить, що вона не може розглядатися як методика формування саме спроможних громад. В ній взагалі відсутні положення щодо економічної оцінки відповідності доходів громади її витратам, які необхідні для забезпечення надання публічних послуг, віднесених до повноважень громади [7].

До 2015 року балансування місцевих бюджетів здійснювалося шляхом розрахунку необхідних видатків на утримання галузей бюджетної сфери за формульним підходом. У випадку перевищення видатків над доходами, на цю різницю надавалася дотація вирівнювання. Така система вирівнювання мала на меті забезпечити досягнення збалансованості між обсягом зобов'язань бюджетів кожного рівня за витратами з потенціалом його дохідних джерел.

Запроваджена з 2015 року модель бюджетних відносин здійснює вирівнювання не за видатками, а за доходами. При цьому, слід зазначити, що вирівнювання здійснюється лише за податком на доходи фізичних осіб (за винятком обласних бюджетів), на основі якого визначається індекс податкоспроможності відповідного бюджету. Інші доходи при здійсненні вирівнювання не враховуються і вони в повному обсязі залишаються у розпорядженні місцевих органів влади. Такий механізм має мотиваційну складову щодо зацікавленості в нарощуванні дохідної бази місцевих бюджетів. В той час, перехід до вирівнювання місцевих бюджетів за доходами привів до посилення диференціації громад. Найбільшу вигоду отримали міста обласного значення доходи яких суттєво зросли.

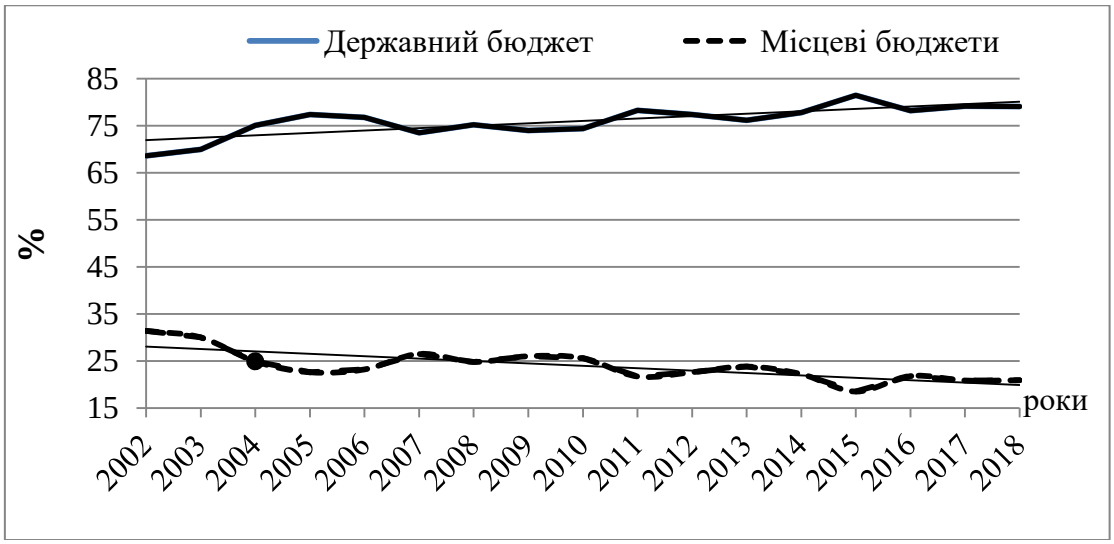

Рис. 1. Питома вага доходів місцевих бюджетів та державного бюджету у зведеному бюджеті України (без міжбюджетних трансфертів)

Доходи місцевого самоврядування складаються з власних доходів та трансфертів з центрального рівня. На протязі останніх майже 20-ти років простежується тенденція до

зменшення питомої ваги власних доходів місцевих бюджетів і збільшення частки доходів державного бюджету у зведеному бюджеті України (без міжбюджетних трансфертів) (рис. 1). Частка доходів місцевих бюджетів без трансфертів (власних доходів) зменшилася у 1,5 разу, з 31,4 % у 2002 році до 20,9 % у 2018 році.

В системі фінансування місцевого самоврядування на протязі періоду дослідження зростала частка трансфертів. Питома вага власних доходів зменшилася майже у 2 рази, з 78,4 % у 2002 році до 42,1 % у 2018 році, а частка трансфертів збільшилася відповідно з 21,6 % до 57,9 % (рис. 2). Можна констатувати, що коефіцієнт фінансової автономії місцевого самоврядування (частка власних доходів в загальному обсязі доходів) за період 2002-2018 рр. зменшився з 0,78 до 0,42.

Сьогодні трансферти займають домінуюче положення в загальному обсязі доходів місцевого самоврядування, а їх частка складає майже 60 %, що значно більше, ніж у середньому в країнах ОЕСР (38 %) та ЄС-28 (45 %) [8, с. 225]. Така залежність від трансфертів має серйозні масштаби: у 45 % ОТГ трансферти у 2016 році становили 75 % доходів, і у 7 % ОТГ понад 90 % доходів [8, с.255].

Здавалося б, яка різниця, з яких джерел отримує дохід місто - аби ці доходи були якомога більшими? Насправді різниця є - і вельми істотна. Податкові та інші «власні» доходи бюджету визначаються соціально-економічною ситуацією в місті та політикою міської влади. А величину трансфертів в ручному режимі визначають в центральному рівні: захочуть - дадуть більше, захочуть – «закрутять кисень». У підсумку, в результаті «бюджетної децентралізації», фактична залежність місцевих бюджетів від центральної влади збільшилася.

Розглянемо це на прикладі міста Одеса [9]. У 2016 році при затвердженні Держбюджету внесли зміни в законодавство і переклали на міський бюджет фінансування ПТУ. У 2016 році ці витрати склали близько 100 мільйонів гривень, в 2017 - 125 мільйонів, на 2018 рік передбачається близько 145 мільйонів. У 2017 році урізали розмір бюджетної субвенції на освіту. Якщо раніше витрати шкіл держава компенсувала місту повністю, то тепер компенсується тільки зарплата вчителів. А комунальні послуги, зарплата непедагогічного персоналу, всі інші шкільні витрати повинні були оплачувати з міського бюджету. А це приблизно 400 мільйонів гривень на рік. У 2018 році почалася медична реформа, і тому центри первинної медико-санітарної допомоги більше не будуть фінансуватися за рахунок медичної субвенції. І це відразу зменшує доходи міського бюджету приблизно на 180 мільйонів гривень. Ці центри повинні укладати договори з пацієнтами на обслуговування, і потім їм спеціальна агенція з Києва, повинна оплачувати за кожен такий договір - це 370 гривень на рік за людини. Якщо взяти середній бюджет одного центру десь в 12 мільйонів гривень, то ось ми і отримуємо, що 32 тисячі договорів цим центрам потрібно укласти. А якщо ці центри не зможуть укласти договорі у повному обсязі, то буде мати місце недофінансування цих міських установ. Тому бюджеті 2018 року міста Одеса заплановано 50 мільйонів гривень резерву на ці цілі і це додаткові витрати.

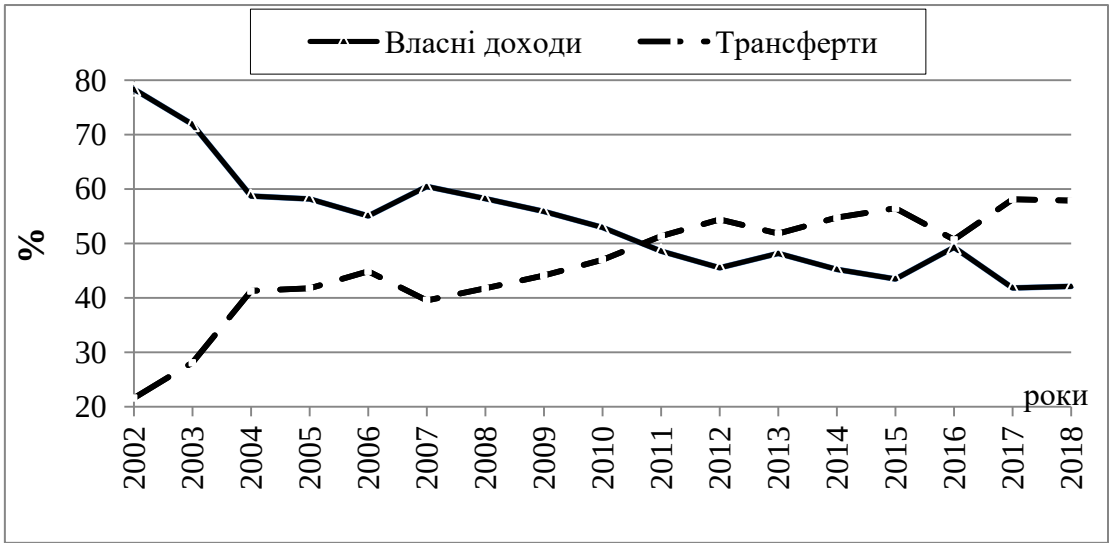

Рис. 2. Питома вага складових доходної частини місцевих бюджетів: власні доходи та трансферти

У 2018 році зобов'язали міські бюджети за свій рахунок виплачувати компенсації підприємствам ЖКГ за обслуговування пільговиків. При цьому право формувати списки пільгових категорій держава залишила за собою, а обов'язок виплачувати перекинуло на місцеві ради.

Таким чином, зростання частки трансфертів в бюджетах місцевого самоврядування, залежність обсягів трансфертів від центральних органів влади та неможливість їх планування, а також передача повноважень без відповідного фінансового забезпечення створюють суттєві ризики для економічної самодостатності місцевих громад.

В останні роки питома вага податкових надходжень у загальному обсязі власних доходів місцевого самоврядування складає близько 86 %, неподаткові надходження – 12 %, інші надходження – 2 %. Податкові надходження складаються, головним чином, з розщеплених податків (податок на доходи фізичних осіб, податок на прибуток підприємств, акцизний збір, екологічні податки, тощо). Доходи з власних джерел є дуже обмеженими.

До реформи податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) повністю надходив до місцевих бюджетів (окрім Києва). А після початку реформи частка місцевих бюджетів зменшилася до 75 %, а до держаного бюджету стало надходити 25 % ПДФО (табл. 1) [10].

Таблиця 1

Розподіл ПДФО між державним бюджетом та місцевими бюджетами до реформи децентралізації та після її початку, у відсотках

	До реформи	Після реформи
Державний бюджет	0	25
Місцеві бюджети:		
Обласний	25	15
Міст обласного значення	75	60
Районний	50	60
Міст районного значення	25	0
Необ’єднаних територіальних громад	25	0
Об’єднаних територіальних громад	-	60

Зменшилися частки обласного бюджету та бюджетів міст обласного значення відповідно до 15 % та 60 %. Бюджети міст районного значення та необ’єднаних територіальних громад взагалі перестали отримувати цей податок.

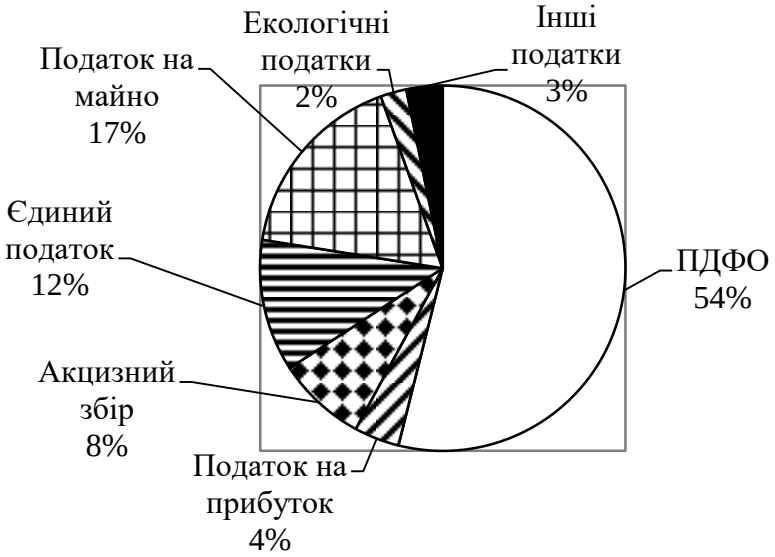

Рис. 3. Структура надходжень податків та зборів у місцеві бюджети у 2016 році

А частка районних бюджетів навпаки збільшилася до 60 %. Таку ж частку мають бюджети об’єднаннях територіальних громад (табл. 1).

Таким чином, незважаючи на оголошену урядом політику бюджетної децентралізації, частки розподілу ПДФО між Державним та місцевими бюджетами змінилися на користь першого, що впливає на фінансову самостійність органів місцевого самоврядування.

ПДФО залишається найбільшим джерелом доходів від податків і зборів місцевого самоврядування (53,8 % у 2016 році), але спосіб збирання податку «у джерелі» (тобто, там, де люди працюють чи де зареєстровано роботодавця, а не де люди мешкають) створює розрив між місцем, де надають місцеві послуги, і місцем, що користується перевагами отримання доходу від ПДФО.

Зміни розподілу ПДФО призвели до зменшення його питомої ваги у доходах місцевих бюджетів до 54 %. У той же час, були запроваджені нові розщеплені податки: податок на прибуток підприємств для регіонів і міста Київ та акцизний збір у роздрібній торгівлі в містах обласного значення, ОТГ та інших місцевих громадах (рис. 3).

Було змінено перелік місцевих податків і органам місцевого самоврядування було надано можливість змінювати ставку податку і базу оподаткування.

На протязі останніх майже 20-ти років простежується повільна тенденція до збільшення питомої ваги витрат місцевого самоврядування у зведеному бюджеті і зменшення частки державного бюджету (рис. 4).

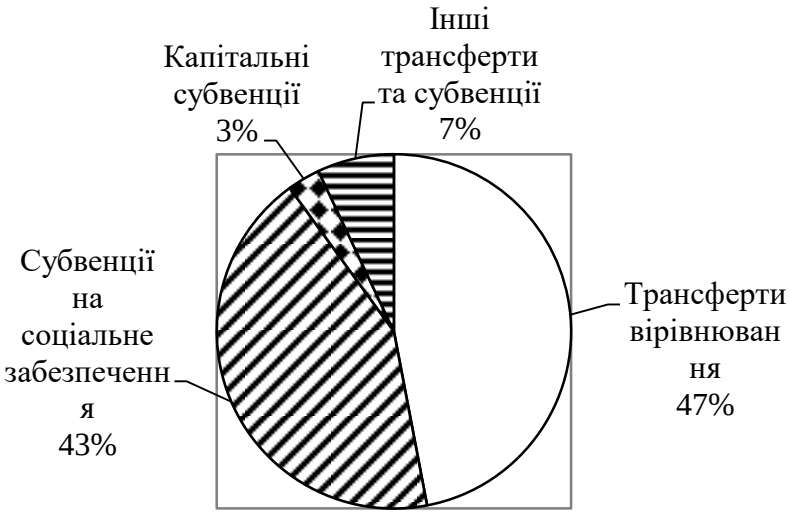

Рис. 4. Структура міжбюджетних трансфертів у 2013 році

Джерело: OECD (2018), Підтримання темпу процесу децентралізації в Україні, Видавництво ОЕСР, Париж. http://dx.doi.org/10.1787/9789264301481-uk, с. 229.

Питома вага витрат місцевих бюджетів з урахуванням міжбюджетних трансфертів збільшилася на 5,3 відсоткових пунктів (з 41,1 % у 2002 році до 46,4 % у 2018 році).

На перший погляд можна казати про певний прогрес у децентралізації видатків. Але, якщо проаналізувати структуру витрат, то стає питання, а чи є вона децентралізація витрат. У 2016 році 76 % видатків органів місцевого самоврядування виконувалося від імені центральних органів влади як фінансування «делегованих повноважень» (охорона здоров'я, освіта, соціальний захист) [8]. В той же час трансферти з центрального рівня складали лише 57,9 % доходів місцевих бюджетів.

Тобто можна зробити висновок, що чималу частину делегованих повноважень органи місцевого самоврядування вимушені фінансувати за рахунок власних доходів.

Внаслідок цього у них мало ресурсів на виконання їх «власних повноважень», а саме на будівництво та ремонт місцевих доріг і житла, надання комунальних послуг (водопостачання **і** каналізація, збирання відходів, опалення, тощо), а також на місцевий транспорт і розвиток об'єктів культури і відпочинку. Під тягарем поточних видатків інвестиційна спроможність органів місцевого самоврядування є малою.

Кошти на виконання делегованих повноважень надходять з державного бюджету до місцевих бюджетів у вигляді трансфертів, проте органи місцевого самоврядування мають обмежені права щодо їх використання. До того ж, вони мають невелику автономію в управлінні делегованими

повноваженнями. У 2015-2016 рр. на освіту, охорону здоров'я та соціальний захист припадало приблизно 80 % видатків місцевих бюджетів. Більша частина державних видатків на охорону здоров'я та освіту проходить через органи місцевого самоврядування: 83 % на охорону здоров'я і 74 % на освіту, що значно перевищує середні показники в ЄС та ОЕСР [8, с. 216].

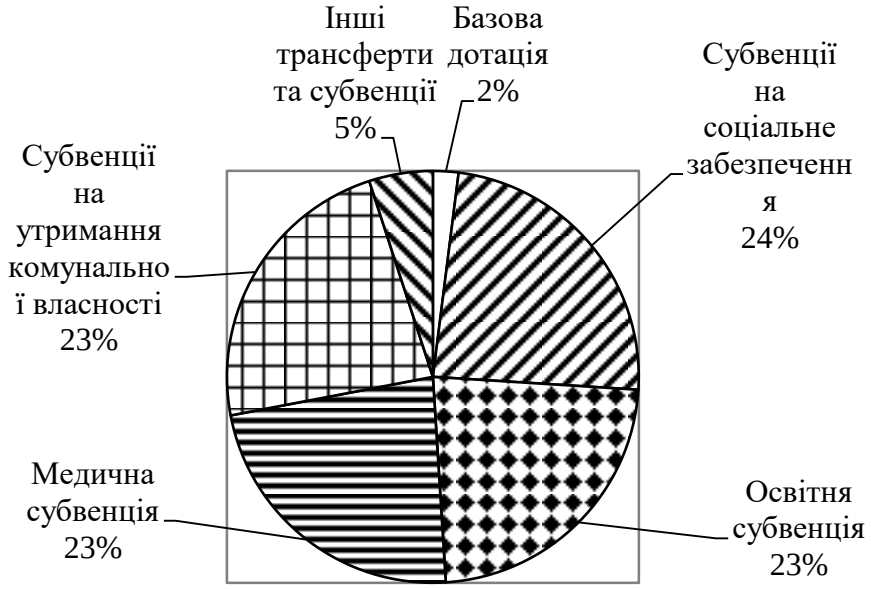

Рис. 5. Структура міжбюджетних трансфертів у 2016 році
Джерело: OECD (2018), Підтримання темпу процесу децентралізації в Україні, Видавництво ОЕСР, Париж. http://dx.doi.org/10.1787/9789264301481-uk., с. 229.

Формування бюджету на рівні обслуговуючої установи та агрегування таких бюджетів у бюджети місцевого рівня здійснюються на основі норм, що визначаються міністерствами. Наприклад, місцеві органи влади відповідають за здійснення всіх функцій у сфері освіти, окрім вищої освіти. Однак Міністерство освіти повністю контролює норми, які регулюють забезпечення персоналом, кількість навчальних годин, відсоток невикладацького персоналу та розміри класів.

Водночас, «власні функції» здебільшого стосуються місцевих публічних благ (таких як житлово-комунальне господарство, культура та відпочинок, спорт, соціальний захист), щодо яких органи місцевого самоврядування мають ширшу автономію. Фінансування цих функцій представляє меншу частину видатків місцевих бюджетів (близько 20 %), особливо порівняно з країнами ОЕСР: 7 % припадає на господарську діяльність і транспорт, 6 % – на житлово-комунальні та загальні публічні послуги (адміністрацію), 3 % – на відпочинок та культуру, і лише 1 % – на захист довкілля [8, с. 218].

Окремо слід відзначити, що владні структури на рівні області та району не є повністю самоврядними, бо на обласному та районному рівнях діють як органи місцевого самоврядування (обласні та районні рада), так і органи виконавчої влади (обласні та районні державні адміністрації). У перших дуже мало повноважень, а їх виконавчі органи не створені, хоча це передбачено Концепцією. Другі підпорядковані центральним органам влади і саме вони грають домінуючу роль. Усе це ускладнює оцінку змін на обласному та районному рівнях у розрізі фінансової децентралізації.

Після реформи 2014 року продовжують існувати дві основні категорії трансфертів, проте їхній склад істотно відрізняється від попереднього. Так, існує трансферт вирівнювання та кілька субвенцій з центрального до місцевого рівня, призначених для фінансування секторних видатків, зокрема у сферах освіти і охорони здоров'я. Також були запроваджені або реформовані капітальні трансферти (субвенції) на підтримку фінансування інвестиційних проектів, призначених для стимулювання регіонального та місцевого розвитку й удосконалення інфраструктури (рис. 5 та 6).

Умови надання трансфертів залишаються дуже обмежувальними. По-перше, вони здебільшого призначені для фінансування делегованих функцій та оплати праці персоналу. По-друге, вони пов'язані з настановами, нормами та суворим контролем.

У 2016 році базова дотація становила 2,4 % міжбюджетних трансфертів та 1,3 % загальної суми доходів бюджетів місцевого самоврядування. У 2015 році різниця між базовою та реверсною дотаціями до/від усіх органів влади місцевого рівня була позитивною у 18 регіонах (бенефіціарії) та негативною у 6 інших регіонах (донори). Місто Київ не враховане в цій системі, попри високі рівні податку на доходи фізичних осіб та податок на прибуток підприємств. За рівнями державного управління, у 2015 році міста були найбільшими донорами, а райони - найбільшими бенефіціарами процесу вирівнювання.

У 2015 році були запроваджені заходи із забезпечення гнучкості управління субвенціями на освіту та охорону здоров'я, які дали органам місцевого самоврядування право переносити залишок невикористаних у поточному році коштів державних трансфертів на наступний рік для оновлення матеріально-технічної бази освітніх та медичних закладів.

У 2016 році були запроваджені або скориговані чотири основні види секторних субвенцій: субвенція на здійснення державних програм соціального захисту, освітня субвенція, медична субвенція та субвенція на утримання комунальної власності**.** Вони представлені в рівних пропорціях у загальній сумі трансфертів та загальній сумі доходів місцевого рівня. Профільні міністерства можуть надавати такі субвенції безпосередньо органам влади місцевого рівня. Також були запроваджені нові «принципи» надання таких коштів, які ґрунтуються на розрахунках за формулами, що проводяться відповідно до стандартів надання послуг у відповідній галузі (гарантованих державою послуг) та норм на споживача. Однак ці принципи ще не були імплементовані. Формули для визначення обсягів асигнування, діяли протягом більш ніж 15 років, а протягом 2015 та 2016 років як окремі формули для надання освітніх/ медичних субвенцій.

Капітальні трансферти (субвенції), які є одним із ключових джерел фінансування капітальних проектів, протягом тривалого часу були непередбачуваними та визначалися на щорічній основі з використанням непрозорих критеріїв і пріоритетів [8, с. 234]. Ситуація змінилася зі створенням Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР) та двох нових субвенцій на розвиток інфраструктури та на соціально-економічний розвиток окремих територій. У 2016 році в державному бюджеті були субвенція на соціально-економічний розвиток окремих територій (3,3 млрд грн., 3711 проектів) та субвенція на формування інфраструктури ОТГ (1 млрд грн., 1383 проектів). Кошти розподіляються між ОТГ пропорційно до їхньої площі та чисельності сільського населення і призначені для фінансування будівництва центрів надання адміністративних послуг, модернізації об'єктів соціальної та освітньої інфраструктури, будівництва та реконструкції доріг, інфраструктури водопостачання, запровадження енергоефективних технологій тощо. У 2017 році сума коштів цих субвенцій була збільшена до 1,5 млрд грн. та 4 млрд грн. відповідно [8, с. 234].

Необхідною умовою нормального функціонування та розвитку ОТГ є їх економічна самодостатність. Це передбачає відповідність доходів ОТГ їх видаткам, необхідних для здійснення власних та делегованих повноважень. Для здійснення оцінки економічної самодостатності громад необхідна відповідна методика. Пройшло більше 4-х років здійснення реформи децентралізації, але відповідна методика відсутня. Є методика формування спроможних територіальних громад, яка була затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 8 квітня 2015 року № 214. Але аналіз цієї методики свідчить, що вона не може розглядатися як методика оцінки економічної самодостатності громад. В ній взагалі відсутні положення щодо економічної оцінки відповідності доходів громади її витратам, які необхідні для забезпечення надання публічних послуг, віднесених до повноважень громади. Крім того, відсутня оцінка спроможності громади з точки зору наявності необхідних матеріальних ресурсів (будівлі, приміщення, інфраструктура) та кадрового забезпечення для виконання своїх повноважень. Основна увага в цій методиці зосереджена на визначенні адміністративних центрів громад та зон їх доступності. Тобто методичного забезпечення оцінки економічної самодостатності об'єднаних територіальних громад немає.

Деякі фахівці питання економічної самодостатності ОТГ розглядають в площині «чи отримує громада базову дотацію, чи ні». Вони вважають, що якщо громада отримує базову дотацію, то вона фінансово неспроможна, а якщо не отримує, то фінансово спроможна. Але надання базової дотації забезпечує лише вирівнювання доходів громад, а не їх спроможність виконувати свої повноваження.

Оцінка самодостатності громад, яку зроблено за таким помилковим підходом, показала, що майже 80-90 % ОТГ не є фінансово спроможними.

Відсутність методики оцінки економічної самодостатності об'єднаних територіальних обумовлена об'єктивними причинами.

По-перше, це відсутність чіткого та законодавчо закріпленого розподілу повноважень між виконавчою владою та місцевим самоврядуванням, а також між рівнями останнього.

По-друге, відсутність стандартів та норм фінансового та інфраструктурного забезпечення публічних послуг (школи, дитячі садки, фельдшерсько-амбулаторні пункти, амбулаторії, інженерні мережі та інше).

Щодо розмежування повноважень між державою та органами місцевого самоврядування слід зазначити, що сьогодні є певне бачення в Концепції [5], є також уявлення представлене у статті 89 Бюджетного кодексу України [2], де не розрізняються рівні району та ОТГ, є бачення міністерств, наприклад Міністерства охорони здоров'я, є розподіл, який визначено у Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» [6], є бачення голів громад на місцях. Відсутність чіткого та законодавчо закріпленого розподілу повноважень створює загрозу «повзучої» централізації ресурсів, коли Уряд може передавати певні повноваження на місцевий рівень без фінансового забезпечення.

Виходячи з досвіду Європейського союзу (стаття 5 Договору про Європейський Союз) [11]) вирішення цієї проблеми можливо на шляху застосування принципу субсидіарності. Він передбачає, що всі проблеми, які можуть ефективно вирішуватися на місцях, повинні перебувати в компетенції муніципальних органів як найбільш близьких до населення. Лише у разі відсутності такої можливості вирішення відповідних проблем має передаватися до компетенції вищих (і більш віддалених від громадян) рівнів влади.

Що стосується стандартів та норм надання публічних послуг, то вони повинні визначати не тільки вимоги до змісту послуги, але й її вартість. Це дозволить розраховувати необхідні обсяги власних доходів для виконання власних повноважень і обсяг трансфертів для виконання делегованих повноважень.

Системам освіти, охорони здоров'я та соціального забезпечення досі бракує комплексної оцінки якості послуг. В Україні майже відсутні критерії оцінювання якості публічних послуг і єдина методологія розрахунку витрат на їх надання. У зв'язку з цим складно оцінити, чи відповідають доходи місцевих бюджетів потребам у видатках або наскільки ефективно органи місцевої влади використовують кошти.

Сьогодні фінансування делегованих повноважень в значній мірі здійснюється від ресурсу, а не від фактичних потреб. Загальний обсяг фінансових ресурсів ділиться на кількість гарантованих споживачів послуг і в результаті отримуємо так званий «фінансовий норматив» на утримання однієї особи. Тому чи не єдина стаття видатків загальноосвітніх навчальних закладів, яку покриває субвенція – кошти на зарплату педагогічних працівників. Через це галузь хронічно недостатньо фінансується державою.

Незважаючи на отримання трансфертів і податкових надходжень, слід завершити передачу майна об'єднаним територіальним громадам, яке раніше перебувало у власності районів. Як наслідок, ОТГ змушені передавати кошти державного бюджету своєму колишньому району, щоб сплачувати за послуги, які він і досі надає.

В Україні на рівень ОТГ передані чисельні завдання без чіткого бачення їх впливу на витрати й обмеження їх реалізації. Враховуючи, що багато дрібних громад та/ або громад з низькою спроможністю не мають ресурсів для виконання нових функцій, передача окремих функцій на місцевий рівень не завжди доречна. Зокрема, йдеться про випадки, коли вона не відповідає принципу субсидіарності, призводить до втрат від масштабу або передбачає значні поточні видатки з боку центральних органів влади (наприклад, оплата праці вчителів або лікарів, управління лікарнями або розподіл пільг). Якщо місцеві органи влади неспроможні ефективно виконувати покладені на них функції, це може зашкодити реформі децентралізації.

На основі результатів перевірки розподілу обов'язків і функцій між рівнями влади Україні, можливо, доведеться розглянути можливість «рецентралізації» окремих функцій, щоб на місцевому рівні залишилися тільки функції, які мають місцевий характер і найкраще виконуються місцевими органами. У секторі освіти, наприклад, окремі значні поточні платежі слід повернути на вищі рівні влади, тоді як здійснення освітніх інвестицій та пов'язані витрати

(технічне обслуговування та ремонт), а також окремі операційні витрати (енергоресурси, позакласна робота, адміністративні послуги, харчування, перевезення школярів, невикладацький склад тощо) можна залишити на місцевому рівні.

Основна ідея полягає в рецентралізації не всієї галузі, а окремих функцій (потенційно тих, що найдорожче обходяться). У соціальному секторі розподіл соціальних пільг можна повернути на центральний рівень, оскільки питання розподілу доходів і допомоги вразливим категоріям населення традиційно належать до сфери компетенції центральних органів.

Одним з ключових показників економічної самодостатності ОТГ є їх фінансова автономність. Коефіцієнт фінансової автономії місцевого самоврядування (частка власних доходів в загальному обсязі доходів) за період 2002-2018 рр. зменшився з 0,78 до 0,42.

Важливою умовою економічної самодостатності ОТГ є наявність кваліфікованих людських ресурсів. Тому необхідно здійснити комплекс заходів у плані навчання персоналу ОТГ.

Висновки та перспективи подальших досліджень:

1. Проведений аналіз свідчить, що Україна має централізовану систему доходів і видатків, а реформа фінансової децентралізації призвела до протилежного результату, а саме до зростання залежності місцевого самоврядування від центральних органів влади.

2. Сьогодні головну роль у формуванні доходів місцевих бюджетів грають трансферти від центральних органів влади, частка яких складає майже 60 %, що значно більше, ніж у середньому в країнах ОЕСР (38 %) та ЄС-28 (45 %).

3. Реформа фінансової децентралізації в Україні схиляється у бік підтримки моделі, що більше базується на трансфертах, ніж на власних доходах. Внаслідок цього коефіцієнт фінансової автономії місцевого самоврядування (частка власних доходів в загальному обсязі доходів) за період 2002-2018 рр. зменшився з 0,78 до 0,42.

4. Податкові доходи місцевих бюджетів складаються, головним чином, з розщеплених податків (ПДФО, податок на прибуток підприємств, акцизний збір, екологічні податки, тощо). Доходи з власних джерел є дуже обмеженими.

5. Близько 75 % видатків органів місцевого самоврядування йде на виконання «делегованих повноважень» (охорона здоров'я, освіта і соціальний захист) з боку центральних органів влади. Останні надають органам місцевого самоврядування цільові трансферти, проте вони мають обмежені права щодо їх використання та невелику автономію в управлінні делегованими повноваженнями.

6. Найбільш значущими змінами у фінансуванні місцевого самоврядування у період 2014-2018 рр. є радше перерозподіл фінансових ресурсів між рівнями місцевого самоврядування, особливо між районним рівнем та об'єднаними територіальними громадами, а ніж реальне передання фінансових ресурсів з центрального на місцевий рівень.

7. Багатьом органам місцевого самоврядування не вистачає ресурсів для здійснення власних виключних повноважень, зокрема тих, які необхідні для економічного та соціального розвитку їхніх територій. Вони контролюють лише 40 % своїх доходів. Тягар поточних видатків на місцеві бюджети значно звужує можливість виконувати власні повноваження щодо надання публічних послуг, утримання інфраструктури та самофінансування інвестицій.

8. Суттєвою проблемою фінансової децентралізації є відсутність методики оцінки економічної самодостатності об'єднаних територіальних громад. Це обумовлено, по-перше, відсутністю чіткого та законодавчо закріпленого розподілу повноважень між виконавчою владою та місцевим самоврядуванням, а також між рівнями останнього, а по-друге, відсутністю стандартів та норм фінансового та інфраструктурного забезпечення публічних послуг.

9. В Україні на рівень ОТГ передані чисельні завдання без чіткого бачення їх впливу на витрати й обмеження їх реалізації. Враховуючи, що багато дрібних громад та/ або громад з низькою спроможністю не мають ресурсів для виконання нових функцій, передача окремих функцій на місцевий рівень не завжди доречна. На основі результатів перевірки розподілу обов'язків і функцій між рівнями влади Україні, можливо, доведеться розглянути можливість «рецентралізації» окремих функцій, щоб на місцевому рівні залишилися тільки функції, які мають місцевий характер і найкраще виконуються органами місцевого самоврядування. Основна ідея полягає в рецентралізації не всієї галузі, а окремих функцій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Конституція України. Відомості Верховної Ради України. 1996 № 30, ст. 141. URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80

2. Бюджетний Кодекс України. Відомості Верховної Ради України. 2010 № 50-51. ст. 572. URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17.

3. Податковий кодекс України. Відомості Верховної Ради України. 2011 № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112. URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

4. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97. Відомості Верховної Ради України. 1997. № 24. ст. 170. Редакція від 11.01.2019 р. URL : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр.

5. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. № 333-р Урядовий кур'єр. 2014. № 67.

6. Європейська хартія місцевого самоврядування від 15 жовтня 1985 року. URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_036.

7. Про затвердження Методики формування спроможних територіальних грмад. Постанова Кабінету Міністрів України від 8 квітня 2015 р. № 214. Урядовий кур'єр. 2015. № 80.

8. OECD (2018), Підтримання темпу процесу децентралізації в Україні, Видавництво ОЕСР, Париж. URL : http://dx.doi.org/10.1787/9789264301481-uk.

9. Главный финансист Одесской мэрии: «неприятные сюрпризы» от государства сводят на нет бюджетную децентрализацию URL : http://timer-odessa.net/intervyu/glavniy_finansist_odesskoy_merii_nepriyatnie_syurprizi_ot_gosudarstva_svodyat_na_net_byudjetnuyu_detsentralizatsiyu_666.html.

10. Тренди в динаміці податку на доходи фізичних осіб у 2011-2016 роках, Офіс з фінансового та економічного аналізу у Верховній Раді України, 2017. 15 с.

11. Договір про заснування Європейської Спільноти URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_017/.

REFERENCE

1. Konstytucija Ukrajiny [The Constitution of Ukraine] (Vidomosti Verkhovnoji Rady Ukrajiny (VVR), 1996, # 30, st. 141) URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80

2. Byudzhetniy kodeks Ukrayiny [Budget Code of Ukraine]. [Elektronnyy resurs] URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17.

3. Podatkovyj kodeks Ukrajiny [Tax Code of Ukraine] (Vidomosti Verkhovnoji Rady Ukrajiny (VVR), 2011, # 13-14, # 15-16, # 17, st.112) URL : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17.

4. Zakon Ukrayiny «Pro mistseve samovryaduvannya v Ukrayini» [The Law of Ukraine «On Local Self-Government in Ukraine»]. [Elektronnyy resurs] URL : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-vr.

5. Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 01.04.2014 r. № 333-r «Pro skhvalennya Kontseptsiyi reformuvannya mistsevoho samovryaduvannya ta terytorial'noyi orhanizatsiyi vlady v Ukrayini» [Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On Approval of the Concept of Reforming of Local Self-Government and Territorial Organization of Power in Ukraine»] (01.04.2014). [Elektronnyy resurs]. URL : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-r.

6. Yevropeys'ka khartiya mistsevoho samovryaduvannya vid 15 zhovtnya 1985 roku [European Charter of Local Self-Government of October 15, 1985]. URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_036.

7. Postanova Kabineta Ministrov Ukrainy «Metodyka formuvannia spromozhykh terytorialnykh hromad» [Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine «The methodology of formation of capable territorial communities»] (08.04.2015). rezhym dostupu:http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-п.

8. OECD (2018), Pidtrymannja tempu procesu decentralizaciji v Ukrajini [Maintaining the pace of the decentralization process in Ukraine], Vydavnyctvo OESR, Paryzh. URL: http://dx.doi.org/10.1787/9789264301481-uk.

9. Glavnyy finansist Odesskoy merii: «nepriyatnye syurprizy» ot gosudarstva svodyat na net byudzhetnuyu detsentralizatsiyu [The main financier of the Odessa City Hall: "unpleasant surprises" from

the state nullify budget decentralization]. URL: http://timer-odessa.net/intervyu/glavniy_finansist_odesskoy_merii_nepriyatnie_syurprizi_ot_gosudarstva_svodyat_na_net_byudjetnuyu_detsentralizatsiyu_666.html.

10.Trendy v dynamici podatku na dokhody fizychnykh osib u 2011-2016 rokakh [Trends in the dynamics of the personal income tax in 2011-2016], Ofis z finansovogho ta ekonomichnogho analizu u Verkhovnij Radi Ukrajiny, 2017. 15 c.

11. Dogovir pro zasnuvannya Yevropeys'koyi Spil'noty [Treaty establishing the European Community]. [Elektronnyy resurs]. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_017/

УДК 658.7:658:8
JEL D24, L11, Q13

VARDIASHVILI A.V.,
Engineer of the 1st category
Market of Transport Services Department
Institute Of Market Problems And Economic & Ecological Research of the
National Academy Of Sciences Of Ukraine,
Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine
E-mail:vardia@ukr.net
ORCID: 0000-0002-3050-2760

MARKETING AND LOGISTIC COMPONENT OF INCREASING COMPETITIVENESS OF INTEGRATED ENTERPRISES

Topicality. *The inherent element of a modern market economy is competition. It contributes to the progress of a market economy and it is one of the fundamental economic categories. The market itself and its mechanism of action cannot function normally without developed forms of competition.*

The existence of competition ensures the development of the national economy, contributing to the fact that entrepreneurs in competition struggle to win consumers by raising the quality and lowering the prices of goods, expanding the range, introducing scientific and technological progress, etc., which in general contributes to the improvement of the welfare of the whole society.

Competitiveness is one of the main indicators of successful business activity. In this regard, the substantiation of the approaches to its study with a view to further development of a system for managing the competitiveness of enterprises is relevant.

Today, taking into account the overall economic and political situation in the country, the issue of increasing the competitiveness of domestic enterprises, both within the national and foreign markets, both in modern conditions and in the future, is particularly acute.

Aim and tasks. *The key categories for conducting this research are the competitiveness of the enterprise and products, competitive advantages, as well as marketing and logistics activities, which peculiarities of theoretical determination is a priority task.*

Research results. *The article observes competitive advantages from different points of view, including the logistic approach to their formation. Also the strategies for creating competitive advantages in modern conditions are analyzed.*

Conclusions. *Competitive advantage can not be identified with the potential of the enterprise. Unlike opportunities, it is a fact that is fixed as a result of the real benefits of buyers. That is why in business practice the competitive advantages are the main goal and the result of economic activity. As it can be seen from the foregoing, all strategies of creating competitive advantages have significant distinctive features, which allow us to conclude that an enterprise must clearly define for itself which strategy it is planning to implement and in no case mix these strategies. At the same time, it should be noted that there is a certain link between these strategies and this should also be taken into account when creating competitive advantages.*

Keywords: *competition, competitiveness, competitive advantages, enterprise, strategy, logistics, integration, marketing, production, production, sales, pricing, market, economy.*

ВАРДІАШВІЛІ А.В.,
Інженер І категорії
Відділ ринку транспортних послуг
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: vardia@ukr.ney
ORCID: 0000-0002-3050-2760

МАРКЕТИНГОВА ТА ЛОГІСТИЧНА СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІНТЕГРОВАНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Актуальність. *Притаманним елементом сучасної ринкової економіки є конкуренція. Вона сприяє прогресу ринкової економіки і є однією з фундаментальних економічних категорій. Сам ринок та механізм його дії не може нормально функціонувати без розвинутих форм конкуренції.*

Наявність конкуренції забезпечує розвиток національної економіки, сприяючи тому, що підприємці у конкурентній боротьбі завойовують споживачів, підвищуючи якість і знижуючи ціни на товари, розширюючи асортимент, впроваджуючи досягнення науково-технічного прогресу та інше, що в цілому сприяє поліпшенню добробуту всього суспільства.

Конкурентоспроможність є одним з головних показників успішної діяльності підприємства. У зв'язку з цим обґрунтування підходів до її дослідження з метою подальшої розробки системи управління конкурентоспроможністю підприємств є актуальним.

На сьогоднішній день, враховуючи загальну економічну та політичну ситуацію в країні, особливо гостро постають питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, як у межах національного, так і на зовнішніх ринках, як у сучасних умовах, так і в майбутньому.

***Мета та завдання**. Ключовими категоріями для проведення даного дослідження є конкурентоспроможність підприємства та продукції, конкурентні переваги, а також маркетингова та логістична діяльність, особливості теоретичного визначення яких є першочерговими завданнями.*

***Результати.** В статті розглянуто конкурентні переваги з різних точок зору, в тому числі логістичний підхід до їх формування. Також проаналізовані стратегії створення конкурентних переваг в сучасних умовах.*

***Висновки.** Конкурентну перевагу не можна ототожнювати з потенційними можливостями підприємства. На відміну від можливостей, − це факт, що фіксується в результаті реальних переваг покупців. Саме тому в практиці бізнесу конкурентні переваги є головною метою і результатом господарської діяльності. Як видно з викладеного, всі стратегії створення конкурентних переваг мають суттєві відмінні особливості, що дозволяють зробити висновок про те, що підприємство повинне для себе досить чітко визначати, яку стратегію воно збирається реалізовувати, і ні в якому разі не змішувати ці стратегії. У той же час слід зазначити, що є певний зв'язок між цими стратегіями і це також слід враховувати при створенні конкурентних переваг.*

***Ключові слова**: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентні переваги, підприємство, стратегія, логістика, маркетинг, ринок, економіка.*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. Under the current conditions of the agro-industrial market functioning, as well as taking into account the overall economic and political situation in the country, the problems of the raise of the competitiveness of domestic enterprises both within the national and foreign markets particularly arise. In our opinion, first of all, it concerns the enterprises that produce agricultural products as important participants in the gross national product of the state. Unfortunately, today it is still impossible to talk about a high level of competitiveness in agrarian production, which is caused by a number of both objective and subjective factors. Of course, such a thesis applies only to medium and small (sized) enterprises. However, it should also be noted that these occupy the largest share in gross agricultural production.

Analysis of recent publications on the problem. Understanding the essence of competitiveness is already disclosed in many scientific works, both national and foreign. The research of competitiveness is associated with such names as V.D. Andrianov, G.L. Azoyev, I. Ansoff, D. I. Barcan, I. Vasyutin, V.M. Vlasov, V.G. Gerasimchuk, J. Gordon, P.S. Zavialov, B.E. Kvasnyuk, R.B. Nozdryova, A. Pavlov, D. Panasenko, P.G. Pererva, M. Porter, D. Riccardo, J. Salip, A. Smith, A. Strickland, R. Waterman, A. Fatkhutdinov, V. E. Khrutny, F. Hayek, T. Kharchenko, P. Heine, L.G. Tsyychenko, A. Chelenkov, E. Chamberlin, J. Schumpeter, F. Edgeworth, A.Yu. Judanov etc. This category has undergone a great evolutionary path and was uncovered from different sides. For example, competitiveness can be seen as the ability of an enterprise to withstand competition and to withstand competitors, or as a result of how efficiently an enterprise meets consumer needs compared to competitors offering the same product or service [2, 10]. Fathutdinov R.A. defines competitiveness as a property of an object, which is characterized by the degree of its real or potential satisfaction of the needs compared with similar objects that are represented in this segment of the market. In this case, competitiveness is the ability to withstand competition compared with similar objects in the market [8]. According to Raizberg BA, competitiveness is the real and potential ability of an enterprise to operate under existing conditions to produce and sell products that are more attractive to consumers than their competitors in terms of price and non-price characteristics [6].

The introduction of the term "competitive advantage" and developed by M. Porter, the theory of competitive advantages give the methodological basis for determining the category of "competitiveness". According to M. Porter, the competitiveness of the economy is determined by the productivity with which a country, region or cluster uses its labor and natural resources and capital [5].

The definition of competitiveness, which is most consistent with our research, is the theory of Poddubny II. and Poddubnoy AI, by which it represents the potential or realized ability of an enterprise to

function in a relevant external environment based on competitive advantages and thus reflects its position vis-a-vis competitors [4].

An outline of the main results and their justification. Competitive advantages can be seen as a concentrated manifestation of advantages over enterprises - competitors in various fields of activity. That is, it is ahead of competitors due to the successful realization of market success factors or key competencies. From the point of view of the sources of the enterprise competitive advantages, they can be divided into two groups: the advantages of low and high levels. Moreover, competitive advantages of a low level for an enterprise are created by using cheap labor, inexpensive sources of raw materials available, etc. which under current economic conditions are not stable, therefore such advantages can disappear quickly. Competitive advantages of a high-level enterprise are formed in the presence of skilled personnel, the use of the latest innovations, high technologies, etc. Another classification of competitive advantages divides them into external and internal ones. External competitive advantages are based on the excellent quality of goods, which forms the main value for the consumer, and internal ones are formed on the advantages of the enterprise in relation to minimization of production costs in comparison with competitors.

Competitive advantages of the company in the theory is a concentrated manifestation of advantages over competitors from the point of view of economic, technical, technological, organizational, managerial and other activities of the enterprise. At the same time, they can be measured by general economic indicators (reducing production costs, obtaining additional profit, increasing profitability, increasing the market share of the enterprise and sales volumes, etc.). In terms of management, the company's competitive advantages are the result of the adoption of optimal managerial decisions, the rational organization of production, the use of effective methods of strategic and tactical planning, enhancement of personnel motivation and control. From the point of view of marketing, competitive advantages are the result of the correct use of the marketing complex in the enterprise, in particular, the strategies of commodity and assortment policy, pricing, distribution and product promotion policies. From the standpoint of financial activity, the competitive advantages are ensuring a stable financial position, financial sustainability and growth of the company's own capital, attracting investment in projects that generate high returns at the lowest risk. From the point of view of entrepreneurship, competitive advantages - are the conditions of the enterprise survival in the competitive environment and the source of maximum profit from the implementation of the enterprise production and economic activities.

In terms of logistics, competitive advantages are the result of economies of scale and effective use of material resources (in their various manifestations). It is the application of a logistic approach to the formation of competitive advantages of agrarian enterprises, as one of the ways to increase their competitiveness, is the basis of this study.

All of the aforementioned spheres of production and commercial activity of the enterprise are completely content-related to the implementation of marketing activities. If we consider the theory, then marketing in the simplest sense is the management of the production and sales activity of the enterprise in order not only to generate profit, but also as the most complete satisfaction of the needs of consumers. Marketing activity at the enterprise is based on the use of the main four tools - commodity, pricing, communication and marketing policies in the complex.

Combining the theory of the formation of competitive advantages and the marketing complex, the following marketing components of increasing the competitiveness of agricultural enterprises can be determined.

As for the competitive advantages of commodity policy, the main task is to create an assortment. The essence of providing competitive advantages on this side is to plan virtually all activities aimed at product selection for future production, with the aim of effective market implementation and compliance with consumer requirements. The system of formation of competitive commodity policy advantages should include the following.

1. Study of existing and perspective needs of consumers, analysis of ways of using products and features of consumer demand in the object markets.
2. Estimation of similar products of competitors.
3. Critical assessment of the quality of products produced by the enterprise, but already from the standpoint of consumers.
4. Solving product issues that should be added to the product range, and which can be removed due to changes in the level of competitiveness.

5. Conduct diversification of products at the expense of other possible directions of production.

6. Evaluation and analysis of the entire assortment of the enterprise products, which is an integral part of marketing.

The complexity of the solution to such a task is the complexity of combining all the elements to achieve the ultimate goal of optimizing the range, taking into account the enterprise's strategic market objectives. If this cannot be succeeded, then it may turn out that the range will include products that are introduced more quickly for the convenience of the production units of the enterprise than for the consumer. From the point of view of marketing theory - this is a direct contradiction and can from competitive advantages go to the category of competitive weights of the enterprise.

Under the pricing policy of an enterprise there are three strategies for creating competitive advantages. The first strategy is price leadership, according to which the focus of the enterprise in the production of product is the cost. The main sources of pricing competitive advantages are as follows.

1. Rational conduct of commercial activity based on accumulated experience.

2. Savings on the scale of production, by reducing the cost per unit of production with increasing production volumes.

3. Savings account of a synergistic effect that arises in the production of various types of products.

4. Optimization of internal economic relations, which will reduce the total production and administrative costs.

5. Integration of distribution networks and supply systems, etc.

By implementing the strategy of creating competitive advantages on the basis of price policy, an enterprise should not forget that its products at the same time must meet a certain level of differentiation. Only in this case, price leadership can have a significant effect. If the quality of the price leader products is much lower than the quality of similar goods, then creation of a price competitive advantage may require such a strong price reduction, which will lead to negative consequences for the company. However, it should be noted that strategies for price leadership and differentiation should not be confused, not to mention that they should not be used simultaneously.

Differentiation is the second strategy of creating price competitive advantages. With this strategy, the company tries to provide something different to its products that from the point of view of marketing can be liked by the consumer and for what he is ready to pay. The company does not necessarily have to use only differentiation to obtain a premium to the price. Differentiation can help to expand sales by increasing the number of products or by stabilizing consumption, regardless of the fluctuations in demand in the market through the establishment of long-term relationships.

So, for the formation of competitive advantages on the basis of differentiation it is necessary the following.

1. Have a clear idea of who makes purchasing decisions.

2. To study the consumer criteria, which makes choices when buying a product (price, functional properties, warranties, delivery time, etc.).

3. Determine the factors that shape the consumer's presentation of products (sources of information about the properties of the product, image, etc.).

Then, based on the possibilities of creating products of the appropriate degree of differentiation and the corresponding price (the price must allow the consumer to purchase a differentiated product), the enterprise can begin to produce such products.

A third pricing strategy that an enterprise can use to create competitive advantages is to focus on the interests of specific consumers. In this case, the company produces products specifically for specific consumers. Concentrated production is connected to the fact that some kind of unusual need of a particular consumer is satisfied, or a specific product access system (sales and delivery system, etc.) is created. By conducting a strategy of concentrated creation of competitive advantages, the firm can use simultaneously the price engagement of consumers, and differentiation.

For the conduct of the company's policy of commodity sales and marketing, the formation of competitive advantages is possible through optimization of the role of wholesale food markets in the system of factors of increasing the competitiveness of agrarian products.

The absence of alternative channels for the implementation of agrarian products leads to a negative development of the industry and to the crisis of the financial and economic state of commodity producers. Therefore, one of the conditions for addressing the problem of supplying cities and effective sales of goods

by domestic producers should be the wholesale food markets. The purpose of creating such markets is to stimulate production on the basis of forming an effective mechanism of mutual interest of the producer and consumer of agricultural products by establishing direct links between them, regulating production and marketing of products, taking into account the satisfaction of the population consumer demand. The starting point of the systematic formation of wholesale food markets is the basic concept and objective features of the competitive environment and the position of the region in providing food to schools, educational institutions and other social institutions. This becomes particularly relevant in the framework of the social targeted programs implementation. The need to create wholesale food markets is due to the fact that the only system of material and technical supply and marketing in agriculture that existed in the pre-reform period was eliminated, and spontaneous emerging food markets have serious disadvantages. Among the latter are the disintegration of all parts of the refineries, reduction of investments, growth of production and turnover costs, reduction of solvent demand of the population, unregulated imports, price disparity and other negative economic and social relations in agriculture, etc.

The logistic process in agricultural production at the level of integrated enterprises is realized by means of flows that operate between elements and subsystems of the production enterprise, as well as between the producer and the external environment. Enterprise management integrating a set of functions of strategic planning, organization, motivation and control, etc., sets the parameters of the desired state of the enterprise functioning, motivating their achievement through a system of incentives. It is these incentives that can be defined as the competitive advantages of integrated enterprises.

Implementation of logistic management practices in business practice allows enterprises to significantly reduce inventories, accelerate the turnover of working capital, reduce production costs and logistics costs, and ensure consumer satisfaction as products and related services. Thus, effective logistics management can reduce overall costs by giving the company a constant lead in cost levels in a particular market segment, with a focus on minimizing prices and high levels of product and service quality.

The integration processes in the world and the globalization of the economy change the behavior of the modern consumer, who, when making a decision on the purchase of goods, proceeds from a set of expectations at the level of the best world standards, demands goods of the highest quality at an affordable price, expects a quick response to their requests and a shortening supply cycle. Enterprises are increasingly valued not only in terms of the quality of their products and services, but also the flexibility and ability to comply with logistics rules: deliver finished products in a timely manner in small volumes, according to the quantity ordered and directly to the place of consumption.

No less obvious is the impact of logistics on improving the position of enterprises in the market, which is estimated by an increase in their share and largely depends on the competitive level of customer service. Significant impact on working capital is provided by logistics due to stock reductions. As a result, participants in the chain of commodity routing should be built in modern logistics channels, which will reduce the cost of production on the basis of minimizing the cost of its delivery to the end user and the timing of its goods turnover.

Conclusions and perspectives of further research. Therefore, it should be emphasized that the competitive advantage can not be identified with the potential of the enterprise. Unlike opportunities, it is a fact that is fixed as a result of the real benefits of buyers. That is why in business practice the competitive advantages are the main goal and the result of economic activity. As can be seen from the foregoing, all strategies for creating competitive advantages have significant distinctive features, which allow us to conclude that an enterprise must clearly define for itself which strategy it is planning to implement and in no case mix these strategies. At the same time, it should be noted that there is a certain link between these strategies and this should also be taken into account when creating competitive advantages.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика. М. : Проспект, 2005. 432 с.

2. Васютіна І.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. 2011. № 5. С. 114-118.

3. Панасенко Д.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2012. № 727. С. 270-276.

4. Піддубний І.О., Піддубна А.І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства. Х. : ВД “ІНЖЕК”, 2004. 264 с.

5. Портер М. Международная конкуренция [Текст]: Конкурентные преимущества стран / М. Портер; пер. с англ. М.: Международные отношения, 1993. 896 с.

6. Райзберг Б.А. Курс управления экономикой. СПб. : Питер, 2003. 528 с.

7. Салип Ю.О. Генезис сутності конкурентоспроможності підприємств // Сталий розвиток економіки. 2012. № 4. С. 74-78.

8. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М. : ИНФРА-М, 2000. 312 с.

9. Холден, Н.Д. Кросс-культурный менеджмент. Концепция когнитивного менеджмента: пер. с англ. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 384 с.

10. Управління конкурентоспроможністю підприємства: підручник / Ю. Б. Іванов, М. О. Кизим, О. М. Тищенко, О. Ю. Іванова, О. В. Ревенко , Т. М. Чечетова-Терашвілі. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. 320 с.

REFERENCES

1. Anikin, B.A. (2005). Kommercheskaja logistika [Commercial logistics]. M.: Prospekt [in Russian].

2. Vasyutina I.O. (2011). Teorety`chni aspekty` konkurentospromozhnosti pidpry`yemstv [Theoretical Aspects of Enterprise Competitiveness]. Derzhava ta regiony. Seriya: Ekonomika ta pidpry`yemny`cztvo. Zaporizhzhya, 5, 114-118 [in Ukrainian]

3. Panasenko D.A. (2012) Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva: sutnisna ta funkcional`na xaraktery`sty`ky [Competitiveness of the enterprise: the essential and functional characteristics]. Visny`k Nacional`nogo universy`tetu L`vivs`ka politexnika, 727, 270-276 [in Ukrainian]

4. Piddubny`j I.O. (2004) Upravlinnya mizhnarodnoyu konkurentospromozhnistyu pidpry`yemstva [Management of the international competitiveness of the enterprise]. X. : VD “INZhEK” [in Ukrainian]

5. Porter M. Mezhdunarodnaya konkurency`ya: Konkurentnыe prey`mushhestva stran [International competition: competitive advantages of countries]. M.: Mezhdunarodnыe otnosheny`ya [in Russian].

6. Rajzberg B.A. (2003) Kurs upravlenija jekonomikoj [Economy Management Course]. SPb. : Piter [in Russian].

7. Saly`p Yu.O. (2012). Genezy`s sutnosti konkurentospromozhnosti pidpry`yemstv [Genesis of the essence of the competitiveness of enterprises]. Staly`j rozvy`tok ekonomiky, 4, 74-78 [in Ukrainian].

8. Fathutdinov R.A. (2000). Konkurentosposobnost': jekonomika, strategija, upravlenie [Competitiveness: economy, strategy, management]. M. : INFRA-M. [in Russian].

9. Holden, N.D. (2005) Kross-kul'turnyj menedzhment. Koncepcija kognitivnogo menedzhmenta [Cross-cultural management. The concept of cognitive management]. M. : JuNITI-DANA [in Russian].

10. Ivanov U.B., Kizim M.O., Tishhenko O.M., Ivanova O.Ju., Revenko O.V., Chechetova-Terashvili T.M. (2010) Upravlinnja konkurentospromozhnistju pidpriємstva [Managing the competitiveness of the company]. H. : VD «INZhEK». [in Ukrainian].

УДК 331.108.2
JEL L21, L84, M12, R49

DANCHENKO O.O.,
Postgraduate Student of Department "Entrepreneurship and Tourism",
Odessa National Maritime University,
st. Mechnikov, 34, Odessa, 65029
E-mail: lexdanuniversal@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7467-4866

KEY PERFORMANCE INDICATORS OF A CREWING COMPANY ACTIVITY

Topicality. *Enterprises must inculcate modern economic tools in the management practice to provide efficiency of their work. The universal set of parameters that can be used equally well for all kinds of activity without the exception is absent. The complexity of forming financial results of a crewing company activity and necessity of taking into account the specific features of its functioning require to research the key parameters of effectiveness concerning specifically crewing activity.*

Aim and tasks*. Identification of performance indicators (qualitative and quantitative) of the company, which will cover all aspects of the crewing company activity without any exceptions, taking into consideration the specifics of their activities and the peculiarities of formation of incomes and expenses for various types of crewing.*

Research results. *Most companies use traditional techniques to assess the competitive position on the market. Besides today, more and more attention is paid to valuing the company. In our view, to assess the work of a crewing company, it is necessary to focus on the so-called key performance indicators (KPIs). They are an element of a balanced system of parameters, which should have a set of indicators that can clearly identify the company's goals and the extent to which they are achieved. In particular, it is necessary to use both financial and non-financial indicators, to determine quantitative and qualitative KPIs, as well as perspective and actual indicators. A list of KPIs must be developed for each employee of a crewing company. Their number should not exceed 5-7 indicators. They all should be simple, understandable, clear and achievable. All KPIs should be known to all employees in order to ensure proper transparency, stimulate competition and motivate employees to develop.*

Conclusion. *Today, more emphasis is placed on traditional quantitative financial indicators that reflect the results achieved. In turn, promising indicators as KPIs provide a benchmark for company employees to the place of application of effort and reflect key improvements in the work of the crewing company. Therefore, it is necessary to make efforts and develop promising KPIs in order to determine what factors and how they affect the actual KPIs. This will help identify the specific services and processes that are key factors to the success of the company.*

Keywords: *crewing company, efficiency, efficiency criterion, key performance indicators, company value*

ДАНЧЕНКО О.О.,
Аспірант кафедри «Підприємництво і туризм»
Одеський Національний морський університет,
вул. Мечникова, 34, м. Одеса, 65029
E-mail: lexdanuniversal@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7467-4866

КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КРЮЇНГОВОЇ КОМПАНІЇ

Актуальність. *Підприємства для забезпечення ефективності своєї роботи повинні впроваджувати в практику господарювання сучасний економічний інструментарій. Універсальний набір показників, який з однаковим успіхом можна використовувати для всіх без виключення видів діяльності відсутній. Складний характер формування фінансових результатів роботи крюїнгової компанії та необхідність врахування специфіки її функціонування вимагають дослідження ключових показників результативності стосовно саме крюїнгової діяльності.*

Мета та завдання*. Виявлення показників ефективності роботи компанії (якісних та кількісних), які висвітлять всі без виключення аспекти діяльності крюїнгової компанії з врахуванням специфіки їх діяльності та особливостей формування доходів та витрат при різних видах крюїнгу.*

Результати. *Більшість компаній для оцінки конкурентних позицій на ринку використовує традиційні методики. Також сьогодні все більше уваги приділяється оцінці вартості компанії. На наш погляд, для оцінки роботи в крюїнговій компанії необхідно акцентувати увагу на так званих ключових показниках*

результативності. Вони є елементом збалансованої система показників, яка повинна мати комплекс індикаторів, які можуть чітко визначити цілі компанії та ступінь їх досягнення. Зокрема, необхідно використовувати як фінансові, так і нефінансові показники, визначити кількісні та якісні КРІ, а також перспективні, так і фактичні показники. Для кожного працівника крюїнгової компанії повинний бути розроблений перелік КРІ. Їх кількість не повинна перевищувати 5–7 показників. Вони всі повинні бути простими, зрозумілими, однозначними та досяжними. Всі КРІ повинні бути відомі всім працівникам, щоб забезпечити належну прозорість, стимулювати конкуренцію та мотивувати працівників компанії до розвитку.

Висновки. *Сьогодні більше робиться акцент на традиційних кількісних фінансових показниках, які відображають досягнуті результати. В свою чергу перспективні показники в якості КРІ дають орієнтир працівникам компанії на місце прикладення зусиль і відображають ключові поліпшення в роботі крюїнгової компанії. Тому необхідно докласти зусиль і розробити перспективні КРІ, щоб визначити які фактори та яким чином впливають на фактичні КРІ. Це допоможе визначити конкретні послуги та процеси, які є ключовими факторами успіху компанії.*

Ключові слова*: крюїнгова компанія, ефективність, критерій ефективності, ключові показники результативності, вартість компанії*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Вирішальне значення для визначення ефективності роботи крюїнгової компанії є вибір критеріїв її оцінки. Вважається, що критерій економічної ефективності роботи компанії повинен відображати результати економічної діяльності, а також визначати ступінь досягнення мети її функціонування. Критерій ефективності - це категорія, яка вказує на підстави оцінки ефективності, є її мірилом.

Деякий час домінувала думка, що в якості критерію ефективності роботи компанії можна обмежуватися лише прибутком або рентабельністю. Але для оцінки ефективності необхідно залучати інші показники, тому що прибуток є абсолютним показником, який не дає уявлення про рівень ефективності, динаміку обсягу виробництва та не відображає результати використання ресурсів. Рентабельність, в свою чергу, є статичним показником і не дає уявлення про динаміку роботи компанії.

Також, може скластися ситуація, коли позитивне значення прибутку в бухгалтерській звітності може сусідити зі зниженням вартості компанії та погіршенням її позицій на ринку.

Універсальної регламентованої системи показників із заданими кількісними значеннями їх параметрів, придатних для оцінки ефективності діяльності підприємств любого виду економічної діяльності не існує. Для різних цілей за різних умов господарювання використовують різні критерії. Кожне підприємство відповідно до сфери господарювання і цілей діяльності обирає критерії ефективності та формує систему показників, за якими оцінюється відповідність своїм цілям.

Крюїнгові компанії виконують функції з надання послуг працевлаштування моряків на судна світового морського флоту. Тобто на їх роботу впливають фактори одразу з двох різних сфер господарювання: управління персоналом та судноплавство. Разом з тим, спостерігаються відмінності в механізмі формування фінансових результатів крюїнгових компаній при різних видах крюїнгу [5].

Тому, специфіка господарювання крюїнгової компанії та складні економічні процеси в рамках компанії обумовлюють актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. В економічній літературі [1, 3, 7, 9, 11, 13, 16] сформувалися наступні підходи до змісту та побудові критерію ефективності:

- максимум результату при оптимальній величині витрат;
- максимум результату при мінімумі витрат;
- максимум результату на одиницю витрат;
- мінімум витрат на одиницю результату (рис. 1).

В роботі [7] наведена класифікація груп показників ефективності за рівнем господарювання, змістом витрат, повнотою обліку складових, способом, стадією та розрахунку.

Різні підходи до оцінки ефективності роботи компанії обумовлені використання різних результатів. В роботі [12] пропонуються виділити такі підходи: ресурсний, витратний, ресурсно-витратний, цільовий, системний, часовий, комбінований. Найбільш розповсюдженими є затратний і ресурсний підходи.

Рис. 1. Підходи до формування критерію ефективності

Джерело: [3]

Основна відмінність між підходами та в критеріях, які використовуються, полягає в різних поглядах на витрати і результати та моменти часу, до якого їх відносять.

Деякі автори пропонують в якості критерію ефективності використовувати єдиний комплексний показник, наприклад, вартість підприємства, якій агрегує в собі вплив всіх вище перелічених елементів [4, 11, 14]. Але найбільшого розповсюдження отримав багатокритеріальний підхід, за яким пропонується одночасно використовувати декілька критерії, які висвітлюють різні сфери діяльності компанії.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Результат і витрати в різних ситуаціях можуть мати різні виміри: натуральний або грошовий. Особливо це стосується використання трудових ресурсів крюїнгової компанії, коли складно одразу в момент надання послуги визначити рівень витрати на них або результат від їх надання в грошовому вимірі [6, 15].

В цьому випадку повстає питання співвідношення результату та витрат у часі. Моменти несення витрат і отримання результату можуть бути значно рознесені у часі, іноді рахунок йде на місяці. Процес пошуку моряка та оцінка його відповідності замовленню судновласника, укладання договору та доставки моряка на борт судна та інші займають тривалий час. Тому при оцінці ефективності в крюїнговій діяльності мають значення не тільки розміри результатів і витрат, а також їх розташування у часі.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання). В даному дослідженні пропонується розглянути основні підходи до побудови системи показників підприємства. Та основі аналізу виявити показники ефективності роботи компанії (якісні та кількісні), які висвітлять всі сфери діяльності крюїнгової компанії з врахуванням специфіки їх діяльності та особливостей формування доходів та витрат при різних видах крюїнгу.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Деякі автори висловлюються за можливість використання одного критерію ефективності, але найбільшого розповсюдження отримав багатокритеріальний підхід, за яким пропонується одночасно використовувати декілька критерії, які висвітлюють різні сфери діяльності компанії. Причому, всі критерії взаємопов'язані та можуть бути конкурентними, тобто зростання одного в короткостроковому періоді призводить до зниження другого.

Для того, щоб збалансувати різноспрямованість показників під час формування системи показників ефективності діяльності крюїнгової компанії необхідно дотримуватися єдиних принципів, що дасть можливість їх застосування при побудові механізму управління ефективністю діяльності крюїнгової компанії, який дозволить виявити та максимально ефективно використати резерви підвищення результативності всіх аспектів діяльності компанії (рис. 2).

Ефективність виробництва являє собою результат взаємодії елементів виробничого процесу: робочої сили, предметів праці і засобів праці. Тому систему показників ефективності виробництва пропонується складати з показників ефективності використання праці, основних фондів та матеріальних ресурсів [9]. Частіше ресурси ділять на такі складові: трудові, матеріальні та фінансові.

Для оцінки конкурентних позицій крюїнгової компанії на ринку можна використовувати традиційні методики. За можливості отримання відповідної інформації можна оцінити конкурентні позиції компанії за рівнем використання ресурсів. Оцінку ефективності використання ресурсів пропонується здійснити за допомогою показників, наведених в таблиці 1.

Принципи	забезпечення взаємозв'язку критеріїю (критеріїв) оцінки ефективності зі стратегічною ціллю роботи компанії
	одночасне використання декількох підходів та методів з подальшим порівнянням отриманих результатів;
	комплексне використання кількісних та якісних показників;
	найбільш повне відображення досягнутих результатів та паритетне висвітлення ефективності використання усіх видів ресурсів;
	впровадження спеціальних методик оцінки для окремих сфер діяльності компанії та використання показників ефективності в управлінні всіма без виключення відділами та працівниками компанії;
	використання показників ефективності для виявлення резервів зростання ефективності компанії

Рис. 2. Принципи побудови системи показників ефективності діяльності крюїнгової компанії
Джерело: [13]

Таблиця 1

Показники комплексної оцінки ефективності використання ресурсів крюїнгової компанії

Вид ресурсу	Показники	Об'єкт оцінки
Матеріальні ресурси	фондовіддача; фондоємність; фондоозброєність; рентабельність фондів	офісне устаткування
		спеціальне обладнання для підготовки та тестування моряків
Трудові ресурси	продуктивність; коефіцієнт плинності; комплексна оцінка якості персоналу та моряків (професійно-кваліфікаційний рівень, ділові якості та складність функцій, що виконуються).	персонал компанії
		моряки
Інформаційні ресурси	коефіцієнт використання програмного забезпечення; рентабельність інформаційних ресурсів; співвідношення темпів росту бази даних моряків з темпом росту доходів; ступінь відповідності вимогам ринку.	база даних моряків
		програмне забезпечення для навчання та тестування моряків
Фінансові ресурси	показники ліквідності; показники платоспроможності; показники фінансової стійкості; показники ділової активності.	фінанси компанії

Джерело: розроблено автором за даними [3, 4, 6, 9]

Сьогодні все більше уваги приділяється оцінці вартості компанії. В роботі [4] наведена порівняльна характеристика наступних показників вартості підприємства:

- ринкова додана вартість (Market Value Added - MVA);
- додана грошова вартість (Cash Value Added - CVA);
- додана вартість для акціонерів (Shareholder's Value Added -SVA);
- показник доходності інвестицій на основі потоку грошових коштів (Cash Flow Return on Investment - CFROI);
- модель Едварда-Белла-Ольсона (Edward-Bell-Ohlson valuation model - EBO).

Цей підхід має багато прихильників, але він є трудомістким та вимагає багато точної різнопланової інформації та високої кваліфікації від виконавців, і, як наслідок, дуже коштовний, що обмежує коло його використання.

На наш погляд, для оцінки роботи в крюїнговій компанії необхідно акцентувати увагу на так званих ключових показниках ефективності (англ. Key Performance Indicators, KPI).

Причиною появи цього поняття було введення Пітером Друкером в теорію управління системи «управління за цілями», яка міститься у врахуванні в розробці стратегії компанії можливих результатів та шляхів їх досягнення. За цією теорією при оцінці роботи компанії потребно не стільки оцінювати сам процес, скільки докласти зусиль до розробки показників (індикаторів), які будуть відображати відповідність цілям функціонування компанії [1, 7].

На це повинно бути спрямована робота всіх без виключення працівників. Та на досягнення загальної цілі компанії повинні бути налаштовані всі підрозділи компанії.

Вважається, що KPI дозволяють ефективно здійснювати моніторинг роботи всіх працівників, підрозділів і компанії в цілому. Дослівний переклад поняття «key performance indicators» є «ключові показники ефективності». Це правильно з боку філології, але не зовсім вірно з боку економічного змісту показника.

Більш вірно розуміти під KPI ключові показники результативності, тобто ступінь отримання результату на шляху досягнення цілей компанії. Це відповідає тлумаченню терміну в стандарті ISO 9000:2005, де performance має два значення: результативність і ефективність.

Таким чином, KPI може дозволити визначити ступінь реалізації поставлених цілей. Сьогодні ці показники широко застосовуються при оцінці роботи персоналу та з метою його мотивації. В деяких випадках KPI розглядають як всеохоплюючу систему оцінювання, що забезпечує досягнення оперативних і стратегічних цілей [10].

KPI і мотивація персоналу стали нерозривними поняттями, тому за допомогою даних показників можна створити досконалу та ефективну систему мотивації і стимулювання співробітників крюїнгової компанії.

KPI класифікують за різними ознаками. Наприклад, в роботах [2, 7, 8] пропонують виділити наступні групи KPI:

1) цільові KPI – це показники, які демонструють ступінь наближення компанії до поставленої цілі. Наприклад, зростання частки ринку, збільшення моряків, які відправлені в рейс, зростання кількості клієнтів – судноплавних компаній;

2) процесні KPI – це показники, які відображують ефективність самого процесу без погіршення якості кінцевого продукту (роботи, послуги). Наприклад, скорочення витрат на доставку моряка на борт судна, скорочення часу виконання заявки від судновласника;

3) проектні KPI – це показники, які відображають результати за конкретним проектом в межах діяльності всієї компанії. Наприклад, ефективність інвестицій в створення тренінгового центру (або придбання спеціалізованого устаткування), зростання доходів від навчання моряків за рахунок крюїнгової компанії;

4) зовнішні KPI – це показники, на які неможливо безпосередньо вплинути, але які потрібно враховувати при розробці стратегії розвитку компанії та розробці її KPI. Наприклад, попит на моряків певної кваліфікації, середньо ринкова ставка комісійної винагороди за пошук моряка тощо.

Проведене дослідження різних видів KPI дозволило запропонувати для крюїнгової компанії наступну класифікацію KPI:

1) за способом виміру:

– кількісні KPI – це показники, які мають фінансового або фізичного змісту – гривні, особи, рейсо–дні тощо. Наприклад, прибуток, доходи, витрати, економія витрат, кількість моряків, відправлений в рейс тощо;

– якісні KPI – це показники, які не мають фінансовий або фізичний зміст – виражаються в балах, коефіцієнтах. Наприклад, імідж компанії, особистісні якості моряка (комунікативність, здатність до навчання) тощо;

2) за ступенем охоплення:

– індивідуальні KPI – це індикатори роботи окремого працівника. Наприклад, продуктивність праці, кількість виконаних заявок, або проведених співбесід для крю–менеджерів. Для крюїнгових компаній, які працюють за схемою «крю–менеджмент» або «представництво судновласника» необхідно розробляти індивідуальні KPI для моряків. Наприклад, кількість контрактів без зауважень з боку судновласника, кількість сертифікатів (достатній та понаднормовий обсяг);

– колективні (групові) KPI – це індикатори роботи колективу всієї компанії, або окремого структурного підрозділу. Невеликі розміри більшості крюїнгових компаній вимагають багатозадачність для їх працівників і в цьому випадку важлива взаємодопомога. Наприклад, загальний обсяг виконаних заявок судновласників, середній термін виконання заявки для конкретного судновласника при повному крю–оперуванні судна;

3) за часом виникнення:

– фактичні (запізнілі) KPI – це індикатори, які відображають фактичний стан та демонструють наслідки виконаних раніше дій. Наприклад, частка ринку, прибуток, кількість відправлених в рейс моряків тощо;

– перспективні (випереджальні) KPI – це показники, результат яких знайде відображення в майбутньому в фактичних KPI. Наприклад, база даних моряків сама по собі не дає сьогодні фактичного результату, але використання знайде відображення в кількості відправлених в рейс моряків та в обсязі отриманого прибутку;

4) за характером формування:

– фінансові KPI – це фінансові показники роботи компанії, які пов’язані з фінансовими результатами її діяльності. В цю групу можна включити показники фінансового стану та фінансові результати роботи крюїнгової компанії. В цьому випадку необхідно враховувати різні характери формування фінансових результатів при різних видах крюїнгу. Наприклад, для чистого крюїнгу дохід може виступати KPI, при крю–менеджменті це може бути лише прибуток, тому що в складі витрат значна часта приходиться на виплати морякам. І в якості KPI в цьому випадку для окремих крю–менеджерів можна призначати обсяг економії витрат на репатріацію моряка;

– нефінансові KPI – це показники, які виражені не в грошовій формі. Це велика група показників, яку можна також розділити за трьома напрямками відповідно до збалансованої системи показників (Balanced scorecard – BSC) [7]:

а) відносини з клієнтами (ринок): кількість клієнтів–судновласників (операторів суден) кількість заявок, частка ринку, індекс лояльності клієнтів, індекс задоволеності клієнтів;

б) внутрішні бізнес-процеси: своєчасність обробки заявки судновласника, якість виконання заявки, кількість моряків, яким було відмовлено за невідповідність кваліфікації;

в) навчання і розвиток персоналу: володіння сучасним програмним забезпеченням за спеціальністю (для персоналу компанії і для моряків) тощо.

Основна складність для керівництва компанії міститься в правильному відборі KPI для оцінки роботи компанії. З метою оцінювання результатів діяльності компанії слід застосовувати лише ті KPI, які забезпечують досягнення цілей компанії.

KPI є елементом збалансованої система показників, яка повинна мати комплекс індикаторів, які можуть чітко визначити цілі компанії та ступінь їх досягнення. Зокрема, необхідно використовувати як фінансові, так і нефінансові показники, визначити кількісні та якісні KPI, а також перспективні, так і фактичні показники.

Для кожного працівника крюїнгової компанії повинний бути розроблений перелік KPI. Їх кількість не повинна перевищувати 5–7 показників. Вони всі повинні бути простими, зрозумілими, однозначними та досяжними.

Зокрема, в якості KPI крю–менеджерів слід використовувати як індивідуальні (одиничні) KPI, так і групові (командні). Особливо за умови роботи за повним крюїнг-менеджментом, коли здійснюється повне крю-оперування судна і необхідно виконати пошук та зміну всього екіпажу, або значної його частини. Цю роботу не може виконати один крю-менеджер, а від роботи одного члена групи забезпечення одного судна, залежать результати роботи інших членів групи – крю-менеджерів.

Можливо використання одиничного, або комплексного показника, який дозволить врахувати різний ступінь впливу окремих факторів на підсумкове значення.

Підсумкове значення KPI визначається як середньозважене за формулою (1):

$$\text{KPI} = \frac{\sum_{i=1}^{n} \text{KPI}_i \cdot \alpha_i}{n} \quad (1)$$

де KPI_i – коефіцієнт, значення і–го одиничного показника;

α_i – вагомість і–го одиничного показника;

n– кількість одиничних показників.

Наприклад, в якості KPI для крю–менеджерів для різних видів робіт пропонується обирати з наступних показників:

1) індивідуальні:

– кількість виконаних заявок;

– середній час виконання заявки;

– частка моряків, якім відмовила судноплавна компанія за невідповідність вимогам;

– темп росту бази даних моряків (взагалі та за окремими категоріями, на яких спеціалізується крюїнгова компанія);

– частка кількості наданих послуг в загальній кількості можливих послуг крюїнгової компанії;

– економія витрат на доставку моряка з/на борт судна при забезпеченні необхідної якості;

2) групові:

– середній час виконання процедури пошуку моряка на заповнення вакансії за окремим проектом крю–оперування;

– частка моряків, якім відмовила судноплавна компанія за невідповідність вимогам;

– повнота та своєчасність заповнення вакансій за проектом.

В залежності від цілей діяльності керівництво крюїнгової компанії самостійно обирає KPI для кожної окремої позиції в компанії, починаючи з охоронця, і закінчуючи, директором. Всі KPI повинні бути відомі всім працівникам, щоб забезпечити належну прозорість, стимулювати конкуренцію та мотивувати працівників компанії до розвитку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Сьогодні більше робиться акцент на традиційних кількісних фінансових показниках, які відображають досягнуті результати. В свою чергу перспективні показники в якості KPI дають орієнтир працівникам компанії на місце прикладення зусиль і відображають ключові поліпшення в роботі крюїнгової компанії. Традиційно так склалось, що більшість крюїнгових компаній для оцінки своєї роботи використовують фактичні показники, що не вимагає значних зусиль в зборі інформації. Розробка перспективних показників викликає більше труднощів, але це необхідно зробити, якщо компанія прагне до зростання, розвитку та досягнення цілей. Тому необхідно докласти зусиль і розробити перспективні KPI, щоб визначити які фактори та яким чином впливають на фактичні KPI. Це допоможе визначити конкретні послуги та процеси, які є ключовими факторами успіху компанії. В подальшому планується скласти перелік KPI для всіх ключових співробітників крюїнгової компанії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Houldsworth E., Jirasinghe. Managing and Measuring Employee Performance. London : Kogan Page, 2006. 245 p.

2. Вишнякова М. Как внедрить в компании систему KPI // Люди и лидерство. Управление персоналом. 2012. № 2 (74). С. 22-28.

3. Войнаренко М.П., Скалюк Р.В. Управління фінансовими результатами промислових підприємств : монографія. Вінниця : ПП "ТД "Едельвейс і К", 2014. 188 с.

4. Говорушко Т.А., Климаш Н.І. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу: монографія. К. : Логос, 2013. 204 с.

5. Данченко О.О. Сутність та особливості формування фінансових результатів роботи крюїнгової компанії // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті : зб. наук. праць. 2017. Вип. 2(59). С. 41-54.

6. Іванюта П.В. Управління ресурсами і витратами : навч. посіб. / За ред. д.е.н., проф. Іванюти С. М. К. : Центр навчальної літератури, 2009. 320 с.

7. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию. - 2-е изд. испр. и доп. / пер. с англ. М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. 320 с.

8. Кулагин О. Как оценивать выполнение KPI по системе Performance Management? URL : http://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1455763-kak-ocenivat-vypolnenie-kpi-posisteme-performance-management.

9. Олексюк О.І. Економіка результативності діяльності підприємства : монографія. К. : КНЕУ, 2008. 362 с.

10.Потій В.З., Куліш Г.П. Система управління ефективністю діяльності підприємств, її особливості і проблеми застосування в Україні // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2017. № 1-2. С. 54 -59.

11.Синіговець О.М. Сучасні підходи до оцінки ефективності діяльності // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. 2010. № 58. С. 8-13.

12.Тур О.В. Підходи науковців до визначення категорії ефективність // Наукові праці НУХТ. 2012. № 47. С. 149-156.

13.Цехла С.Ю. Принципы построения системы показателей оценки эффективности производства // Культура народов Причерноморья. 2000. № 12. С. 77-79.

14.Чернега О.М. Системний підхід до управління ефективністю діяльності організації // Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. 2013. № 16 (195). С. 45-54.

15.Чернишова І. Принципи формування культури стійкої результативності в компанії. URL : www.tmi.com.ua/ru/opinion/6.html.

16.Чорна Л.О. Прибуток як інтегральний показник господарської діяльності підприємства. // Ефективна економіка. 2013. № 1. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1997&p=2.

REFERENCES

1. Houldsworth E. (Ed.). (2006). Managing and Measuring Employee Performance. London : Kogan Page [in English].

2. Vyshniakova M. (Ed.). (2012). Kak vnedryt v kompanyy systemu KRI [How to implement a KPI I system in a company]. Moskva : Upravlenye personalom [in Russian].

3. Voinarenko M.P. (Eds.). (2014). Upravlinnia finansovymy rezultatamy promyslovykh pidpryiemstv [Managing the financial results of industrial enterprises]. Vinnytsia : TD "Edelveis i K" [in Ukrainian].

4. Hovorushko T.A. (Eds.). (2013). Upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpryiemstv na osnovi vartisno-oriientovanoho pidkhodu [Management of the effectiveness of partnerships on the basis of an internally-recognized partnership] Kyiv : Lohos [in Ukrainian].

5. Danchenko O.O. (2017). Sutnist ta osoblyvosti formuvannia finansovykh rezultativ roboty kriuinhovoi kompanii [The specialty and specialty of the form of financial results of the robot company] Odessa : ONMU [in Ukrainian].

6. Ivaniuta P.V. (Eds.). (2009). Upravlinnia resursamy i vytratamy. [Resource and cost management] Kyiv : Tsentr navchalnoi literatury [in Ukrainian].

7. Kaplan R. (Eds.). (2003). Sbalansyrovannaia systema pokazatelei: ot stratehyy k deistvyiu. [Balanced Scorecard: From Strategy to Action]. Moskva : Olymp-Byznes [in Russian].

8. Kulahyn O. (Ed.). (2016). Kak otsenyvat vipolnenye KPI po systeme Performance Management? [How do I assess performance performance by KPI?]. Moskva : e-xecutive.ru [in Russian].

9. Oleksiuk O.I. (Ed.). (2008). Ekonomika rezultatyvnosti diialnosti pidpryiemstva [Economic performance of the enterprise]. Kyiv : KNEU [in Ukrainian].

10. Potii V.Z. (Eds.). (2017). Systema upravlinnia efektyvnistiu diialnosti pidpryiemstv, yii osoblyvosti i problemy zastosuvannia v Ukraini [System of management of enterprise activity efficiency, its

features and problems of application in Ukraine]. Kyiv : Naukovyi visnyk Natsionalnoi akademii statystyky, obliku ta audytu [in Ukrainian].

11. Synihovets O.M. (Ed.). (2010). Suchasni pidkhody do otsinky efektyvnosti diialnosti pidpryiemstva [Modern approaches to assessing the effectiveness of the enterprise Kharkiv]. Kharkiv : NTU «KhPI» [in Ukrainian].

12. Tur O.V. (Ed.). (2012). Pidkhody naukovtsiv do vyznachennia katehorii efektyvnist [Scientists approach to determining the category of efficiency]. Kyiv : NUKhT [in Ukrainian].

13. Tsekhla S.Iu. (Ed.). (2000). Pryntsypy postroenyia systemы pokazatelei otsenky эffektyvnosty proyzvodstva [Principles of building a system of indicators for assessing production efficiency]. Odesa : Kultura narodov Prychernomoria [in Russian]

14. Cherneha O.M. (Ed.). (2013). Systemnyi pidkhid do upravlinnia efektyvnistiu diialnosti orhanizatsii [The system approach to managing the effectiveness of the Odessa organization]. Odesa : Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet [in Ukrainian].

15. Chernyshova I. (Ed.). (2014). Pryntsypy formuvannia kultury stiikoi rezultatyvnosti v kompanii [Principles of forming a culture of sustainable performance in the company] [Elektronnyi resurs]. Kyiv : Efektyvna ekonomika [in Russian].

16. Chorna L.O. (Ed.). (2013). Prybutok yak intehralnyi pokaznyk hospodarskoi diialnosti pidpryiemstva [Profit as an integral indicator of the economic activity of the enterprise]. Kyiv : Efektyvna ekonomika [in Ukrainian].

УДК 330.322:338.24:352

ЖУК П.В.,
Канд. екон. наук, с.н.с.
Провідний науковий співробітник
ДУ «Інституту регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України»,
вул. Козельницька, 4, м. Львів, Україна, 79026
Тел. +032-270-70-37
E-mail: pzhuk@ukr.net
ORCID: 0000-0003-4895-7752

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РЕФОРМУВАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ РАЙОНІВ В УКРАЇНІ

Актуальність. *зумовлена необхідністю реформування субрегіональної (районної) ланки адміністративно-територіального поділу України внаслідок формування об'єднаних територіальних громад та зміни у розподілі повноважень з місцевого самоврядування між базовим та районним рівнями. Перехід більшості повноважень з місцевого самоврядування до об'єднаних територіальних громад вніс зміни у сутність й спрямованість комунікативних зв'язків між мешканцями та органами влади на рівні району і дозволяє укрупнити районну ланку адміністративно-територіальних одиниць. Адже внаслідок реформування системи адміністративно-територіального устрою України район стає територією локалізації та функціонування органів державної виконавчої влади, а основний перелік адміністративних, освітніх, медичних, культурних та інших публічних послуг надаватиметься на базовому, а не районному рівні.*

Мета та завдання. *Метою статті є обґрунтування й висвітлення пропозицій щодо методичних підходів до реформування системи адміністративно-територіальних одиниць субрегіонального рівня в контексті здійснюваної в Україні реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади.*

Результати дослідження. *Здійснено аналіз застосування поняття «район» в контексті адміністративно-територіального поділу та запропоновано трактування його дефініції як адміністративно-територіальні одиниці, що входять до складу одиниць вищого рівня (Автономна Республіка Крим, області, міста зі спеціальним статусом) і є територіальною основою для організації діяльності державних органів та органів місцевого самоврядування на субрегіональному рівні. Зазначено, що до району мають відноситися усі адміністративно-територіальні одиниці базового рівня, розташовані у його межах. Запропоновано основні принципи, критерії та вимоги, якими слід керуватися при формуванні районів. Серед критеріїв та вимог виділено: демографічний потенціал території, як правило, не менше 150 й не більше 800 тисяч мешканців; транспортна доступність до адміністративного центру району від найвіддаленішого поселення – до 1,5 год. (не більше 50-60 км); реорганізація мережі районів здійснюється без змін меж областей; розташування адміністративного центру району, як правило, найближче до географічного (транспортно-географічного) центру території району; адміністративний центр району - переважно населений пункт, що володіє найвищим економічним й демографічним потенціалом, має розвинуту інфраструктуру, виконував, виконує чи може виконувати функції субрегіонального адміністративного центру.*

Наведено алгоритм моделювання нових адміністративних районів як послідовність кроків: 1) виявлення субрегіональних центрів – потенційних центрів адміністративних районів (як правило, з числа міст обласного значення; 2) зона тяжіння до обласного центру радіусом до 60 км розглядається як територія адміністративного району; 3) за його межами виділення інших районів здійснюється відповідно до зон тяжіння інших потенційних центрів районів; 4) враховуються також фактори, які можуть чинити суттєвий вплив на їх функціональність, ефективність діяльності відповідних владних органів: природно-географічні, транспортні, економічні, управлінські, історичні, демографічні, інфраструктурні тощо.

Висновки. *Запропоновані підходи до формування адміністративних районів, на думку автора, дають можливість оптимізувати їх мережу виходячи зі зміни функцій району в системі розподілу публічної влади. Апробація цих методичних підходів у процесі моделювання нової мережі адміністративних районів показує можливість й доцільність зменшення їх кількості у Львівській області з 20 до 7, у Івано-Франківській області з 14 до 4, в Тернопільській області з 15 до 4.*

Ключові слова*: адміністративно-територіальний устрій, реформування, адміністративні райони, державне управління, місцеве самоврядування.*

ZHUK P.V.,
PhD. Econ. Sciences, Senior scientific researcher
Leading scientific researcher

SI "Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy of the NAS of Ukraine",
Kozelnytska Str., 4, Lviv, Ukraine, 79026
Phone: 032-270-70-37
E-mail: pzhuk@ukr.net
ORCID: 0000-0003-4895-7752

METHODICAL APPROACHES TO THE REFORMING OF ADMINISTRATIVE DISTRICTS IN UKRAINE

Topicality. *The need to reform subregional (district) level of administrative and territorial division of Ukraine is urgent as the result of forming of consolidated territorial communities and the change of liabilities division between the basic and district levels. Transition of the majority of liabilities from local governments to consolidated territorial communities has changed the nature and direction of communication links between the residents and authorities at the district level and contributes to reinforcement of district level of administrative and territorial units. Due to reforming of the system of administrative and territorial structure of Ukraine, a district becomes the territory of localization and functioning of state authorities. The major list of administrative, educational, medical, cultural and other public services will be provided at the basic rather than district levels.*

Aim and tasks. *The paper aims to substantiate and outline the suggestions regarding the methodical approaches to reforming of the system of administrative and territorial units at subregional level in the context of local governance reform and authorities' territorial organization reform conducted in Ukraine.*

Research results. *The author analyzes the use of the concept of "district" in the context of administrative and territorial division and suggests its definition as administrative and territorial unit that is included into the higher-level units (Autonomous Republic of Crimea, oblasts, cities with special status) and is the territorial foundation for organization of activity of state authorities and local governments at subregional levels. District should include all administrative and territorial units of basic level located within its boundaries. Major principles, criteria and requirements to apply while forming the districts are suggested. Among those criteria and requirements, we outline the following: demographic capacity of a territory – usually between 150 and 800 thous. residents; transport accessibility of administrative center of the district from the most remote settlement – up to 1.5 hours (not exceeding 50-60km); the network of districts is reorganized without the change of oblasts' boundaries; administrative center of a district is usually located closest to geographic (transport-geographical) center of district's territory; administrative center of a district is usually the settlement with the highest economic and demographic capacity and developed infrastructure, which performed, performs or can perform the functions of subregional administrative center.*

An algorithm of modeling of new administrative districts is presented as the consequence of steps: 1) finding subregional centers – perspective centers of administrative districts (usually out of oblast significance cities); 2) zone of gravitation to oblast center with the radius up to 60km is considered as the territory of administrative district; 3) outside its boundaries the other districts are allocated according to gravitation zones of other perspective centers of districts; 4) there are also factors that substantially impact their functionality and efficiency of relevant authorities: natural-geographical, transport, economical, managemental, historical, demographic, infrastructural, etc.

Conclusion. *In author's opinion, approaches to forming of administrative districts contribute to optimization of their network taking into account the changes in the functions of a district in the system of public authority division. Testing of these methodological approaches in the process of modeling of the new network of administrative regions shows an opportunity and reasonability of their reduction in Lvivska oblast from 20 to 7, in Ivano-Frankivska oblast from 14 to 4, in Ternopilska oblast from 15 to 4.*

Keywords*: administrative-territorial structure, reforming, administrative districts, public management, local governments.*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. The changes in the system of administrative and territorial structure of Ukraine at the basic level and creation of consolidated territorial communities, which are granted most of local governance functions previously held by districts, require the review of the districts' functions in the system of public authorities. As of March 2019, there are 884 consolidated territorial communities (CTCs) in Ukraine. Furthermore, 18 out of 490 existing administrative districts (rayons in Ukrainian) are covered by CTCs. In 145 districts, consolidated territorial communities cover 50-99 % of the territory. Overall CTCs are already created in 369 districts [1].

Transition of the range of functions in educational, healthcare, cultural areas from districts to CTCs changes their management profile. While local governance functions are significantly released, the subregional level keeps the government control functions and holds territorial divisions of central executive authorities. Existing practice shows the inefficiency of their localization within the available

districts. Forming of interdistrict structures testifies to that. Under such circumstances, keeping the available network of administrative districts contradicts the practice and does not correspond to the theory of authorities' territorial organization, which provides the hierarchy of management functions with their concentration within the relevant administrative and territorial units. Enlargement of administrative districts becomes relevant.

Analysis of recent publications on the problem. Important aspects of forming of administrative and territorial units of subregional level are outlined in the papers of scientists and experts Yu. Hanushchak [2], A. Lisovyi [3], M. Pistun [4], A Tkachuk [5], etc. We have also analyzed some of these issues in our previous papers, in particular regarding our understanding of spatial-functional model of administrative district [6].

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. However, methodological foundations of forming of new administrative districts require more thorough examination.

Formulation of research objectives (problem statement). The paper aims to outline and substantiate suggestions regarding the methodological approaches to reforming of the system of administrative and territorial units of subregional level in the context of ongoing reform of local governance and territorial organization of authorities in Ukraine.

An outline of the main results and their justification. A word "district" or "rayon" in Ukrainian (from lat. regio – "district, county") generally has several meanings. Geographical meaning of a district is a territory allocated by certain features. It is also a taxonomic unit in the system of territorial structure (zoning). In the context of administrative and territorial division "district" in Ukraine emerged in the course of Soviet administrative reform in 1920s. Before that administrative and territorial units of subregional level in Grand Duchy of Lithuania, the kingdom of Poland, Russian empire, Polish-Lithuanian Commonwealth (Rzecz Pospolita), Kingdom of Galicia and Lodomeria, West Ukrainian People's Republic and USSR were called the powiats.

The concept of administrative district is not defined in current laws and regulations. Article 133 of the Constitution of Ukraine provides that the districts in the system of administrative-territorial structure of Ukraine are administrative and territorial units of the second level (same as cities of oblast significance) and are parts of autonomous republic, oblasts or cities of state significance. Cities of oblast significance can also be divided into districts in cities, which will be the administrative units of lower level.

The Draft Law of Ukraine on the Foundations of Administrative-Territorial Structure of Ukraine registered under the № 8051 as of 22 February 2018 suggests the following interpretation:

1. District – an administrative and territorial unit of subregional level, which consists of communities with overall population over 150 thous. persons. At the territories, where the density of population is lower than the average density of population of the relevant oblast, a district can have fewer residents if the area of the district exceeds average area of districts in oblast.

2. District is the territorial foundation of organization and activity of local executive authority, territorial divisions of central executive authorities and local government of the district, including for the purposes of providing administrative, social and other services, which cannot be provided by local governments at the level of communities.

3. Administrative center of a district is determined based on historical peculiarities, geographic location and available infrastructure for location of local executive authorities, territorial divisions of central executive authorities and local government of the district [7].

We suggest considering districts as administrative-territorial units included in the units of higher level (Autonomous Republic of Crimea, oblasts, cities with special status), which are the territorial foundation for organization of activity of state authorities and local governments at subregional level. Districts should consist of administrative-territorial units of primary (basic) level – territorial communities.

Liabilities of local governance should be divided between communities and a district according to the subsidiarity principle. Local governments of districts should have only the liabilities, which are difficult to accomplish or less efficient at the basic level.

Reforming of local governance and authorities' territorial organization in Ukraine is currently changing the local governance liabilities of districts and communities, which undertake almost all local governance functions. Substantial share of 11 thous. local councils, which operated before the reform, are already included in consolidated communities and consolidation process continues. There aren't any unconsolidated community in certain districts.

In the course of CTC creation, the liabilities of districts in the sphere of local governance diminish and the opportunities to enlarge them emerge. Territorial organization of activity of state executive authorities has outgrown the existing limits. However, the range of local governance liabilities, in particular, those mentioned in Table 1, should further be attributed to district level. Meanwhile, the problem of residents' accessibility to services providers loses priority nature, because the main list of services provided by local governments will be granted in consolidated territorial communities. Activity of state executive authorities and relevant services will be concentrated at the level of district. Among them we consider territorial divisions of central executive authorities: Ministries of Internal Affairs, Defense, Social Policy, Finances, and Justice of Ukraine as well as special central authorities of state governance stipulated by the Constitution of Ukraine: General Prosecutor's Office, State Treasury Service, State Service of Ukraine on Food Safety and Consumers Protection, State Migration Service, State Employment Service, State Service of Ukraine on Geodesy, Cartography and Cadastre, State Statistical Service, State Service of Ukraine on Emergencies, State Fiscal Service, State Agency of Automobile Roads, State Architecture-Construction Inspection, National Police, Pension Fund of Ukraine.

New functions of a district should be taken into account in defining the principles, criteria and requirements, which will be the basis of reorganization and modeling of new administrative districts.

Table 1

Liabilities of local governments at the level of districts in conditions of decentralization reform

№	Sphere of activity	District level	
		List of services	Entities providing services
1.	Education	Methodological maintenance, professional training for employees in education, inspections, education in boarding schools	Boarding schools, Methodical offices
2.	Healthcare	Medical services of secondary level	Healthcare facilities of secondary medical care
3.	Culture	Maintenance of district cultural facilities (theatres, museums, etc), organization and holding of district cultural and artistic events, securing the participation in district, national and international cultural and artistic events	Aesthetic training schools, music schools, theatres, museums, libraries, other cultural facilities of district subordination
4.	Physical culture and sport	Specialized sport training, district-level events in the area of physical culture and sport, organization of participation in regional, state and international events in the area of physical culture and sport	Specialized sport schools, sport clubs
5.	Public transport	Organization of passenger transportation between territorial communities	Road transport enterprises on a competitive basis
6.	Urban planning and architecture	Planning of territorial development, maintenance of town-planning documentation, authorization procedures, architecture-construction control	Architecture division, architecture-construction control division, bureau of technical inventory
7.	Economic development and entrepreneurship	Strategic and current planning of socio-economic development, promotion of investment attraction, registration of entrepreneurship entities, management of natural resources, issue of patents, etc	Economic development division, economic development agency

Among the major principles, we consider the following:

- constitutionality, rule of law;
- efficiency of state management and local governance;
- securing the unity of state with a combination of centralization and decentralization in exercise of public power;

• territorial commonality – integrity of district's territory and its natural, geographic, historical, socio-economic integrity;

• avoiding of excessive economic, demographic, territorial misbalances between districts;

• concentration at district level of management functions and public services, which are more reasonable and efficient to be provided at subregional level rather than the level of communities or regions;

• infrastructural maintenance – availability of infrastructure necessary to perform the functions of administrative center;

• adherence to EU recommendations on Nomenclature of Territorial Units for Statistics – NUTS;

• orientation at the capacity of metropolitan centers of subregional level as the core of enlarged administrative districts taking into account their gravitation zones.

Selection of criteria and requirements to comply with in the process of modeling of new administrative districts is very important. Among them, we consider the following ones:

• demographic capacity of a territory – usually over 150 and less than 800 thousand residents (which corresponds to the level NUTS-3); possibly lower in the regions with population density below average by the relevant oblast;

• transport accessibility of district administrative center from the most remote settlement – up to 1.5 hours (taking into account the existing condition and quality of road network – usually not exceeding 50-60km);

• district territory is somewhat different from other oblast segments in geographic, historical, economic and social aspects;

• enlargement takes place through adjoining the district, which has the perspective administrative center of new district at its territory, with the neighbouring administrative districts and their segments (indicating the specific administrative-territorial units of basic level included in the structure of new district);

• the territory of enlarged district includes all territorial communities (village, town, city councils, consolidated territorial communities) located within its boundaries;

• reorganization of districts boundaries does not change the boundaries of regions (oblasts);

• boundaries of districts are the boundaries of existing administrative-territorial units of subregional and basic levels.

• administrative center of a district is usually located the closest to the geographic (transport-geographic) center of district's territory;

• administrative center of a district is usually a settlement with the highest economic and demographic capacity, developed infrastructure and the one that performed, performs or can perform the function of subregional administrative center;

• name of a district derives from its administrative center (with some exceptions).

We see the algorithm of modeling of new administrative districts as the consequence of the steps mentioned below.

1. Analysis of regional system of settlement and finding subregional centers – perspective centers of administrative regions. As a rule, the cities of oblast significance should be considered.

2. Zone of gravitation to oblast center up to 60 km (if there are quality roads, some segments of gravitation zone can be more distant) is considered to be the territory of administrative district. Oblast centre or other settlement at the territory of a district with relevant infrastructure and transport accessibility can be the center of administrative district.

3. The territory of perspective administrative districts beyond the allocated one is modeled by gravitation zones of other perspective centers of districts in compliance with accessibility requirements mentioned in Step 2. If the territory of the modeled district has 2 or more perspective centers, the preference should be given to the one with larger population and stronger economic capacity, or the one closer to transport-geographic center of the modeled district.

4. Population of the modeled districts should be no less than 150 thousand. If a district has population density lower than average in oblast, the district can have less population. The area of such district should exceed the average area of modeled districts of oblast.

5. The factors that can impact the functionality of districts and efficiency of relevant authorities' activity should be taken into account in the process of districts modeling, in particular natural-geographic, transport, economic, management, historical, demographic, infrastructural factors, etc.

6. The region is named after its administrative center. The districts that include the territory of oblast centre can have the same name as both oblast centre and actual administrative centre of the district.

Conclusions and perspectives of further research. In conclusion, we can emphasize that application of suggested approaches to modeling of administrative districts will contribute to optimization of their network considering the changes of districts' functions in the system of public authorities division. Testing of these methodological approaches in the process of modeling of the new network of administrative districts shows the opportunity and reasonability of reduction of their number in Lvivska oblast from 20 to 7 with no less than 200 thous. residents and the area of 1.3 – 4.1 thous. sq. km.; in Ivano-Frankivska oblast from 14 to 4 with 193 – 451 thous. residents and the area of 2.4 – 4.6 thous. sq. km; in Ternopilska oblast from 15 to 4 with 155 – 431 thous. residents and the area of 3.0 – 4.0 thous. sq. km.

ЛІТЕРАТУРА

1. Моніторинг децентралізації влади та реформування місцевого самоврядування станом на 12 березня 2019 року. URL : https://decentralization.gov.ua/news/10749

2. Ганущак Ю. Реформа територіальної організації влади; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO». К. : ТОВ «Софія-А». 2014. 168 с.

3. Лісовий А. Розукрупнення областей – перший етап адміністративно-територіальної реформи. Економіст. 2008. № 8. С. 26-30.

4. Пістун М. Регіони врятує децентралізація. Урядовий кур'єр. 2014. 26.03.2014.

5. Ткачук А. Утворення ОТГ веде до руйнації районного рівня. URL : https://galychyna.if.ua/analytic/anatoliy-tkachuk-utvorennya-otg-vede-do-ruynatsiyi-rayonnogo-rivnya/

6. Жук П.В. Концептуальні підходи до реформування адміністративно-територіального устрою України. Територіальний розвиток та регіональна політика в Україні: актуальні проблеми, ризики та перспективи адміністративно-фінансової децентралізації. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І .Долішнього НАН України». Львів, 2017. С. 19-20.

7. Про засади адміністративно-територіального устрою України. Проект Закону України. URL : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/ webproc4_1?pf3511=63508.

REFERENCES

1. Monitorynh detsentralizatsiyi vlady ta reformuvannya mistsevoho samovryaduvannya stanom na 12 bereznya 2019 roku [Monitoring of authorities decentralization and reforming of local governance as of 12 March 2019]. URL : https://decentralization.gov.ua/news/10749 [in Ukrainian].

2. Hanushchak Yu. Reforma terytorialnoi orhanizatsiyi vlady: Shveitsarsko-ukrayinskyi proekt «Pidtrymka detsentralizatsiyi v Ukrayini – DESPRO» [Reform of authorities decentralization: Swiss-Ukrainian project "Support of decentralization in Ukraine - DESPRO"]. K. : TOV «Sofiya-A». 2014. 168 p. [in Ukrainian].

3. Lisovyi A. Rozukrupnennya oblastei – pershyi etap administratyvno-terytorialnoi reformy [Disaggregation of oblasts – the first stage of administrative-territorial reform]. Economist. 2008. № 8. P. 26-30. [in Ukrainian].

4. Pistun M. Rehiony vryatuye detsentralizatsiya [Decentralization will save regions]. Uryadovyi kuryer. 2014. 26 bereznya. [in Ukrainian].

5. Tkachuk A. Utvorennya OTH vede do ruynatsiyi rayonnoho rivnya [Creation of CBCs leads to the collapse of district level]. URL : https://galychyna.if.ua/analytic/anatoliy-tkachuk-utvorennya-otg-vede-do-ruynatsiyi-rayonnogo-rivnya/ [in Ukrainian].

6. Zhuk P. V. Kontseptualni pidhody do reformuvannya administratyvno-terytorialnoho ustroyu Ukrayiny. [Conceptual approaches to reforming of administrative and tereritorial structure of Ukraine] Terytorialnyi rozvytok ta rehionalna polityka v Ukrayini: aktualni problemy, ryzyky ta perspektyvy administratyvo-finansovoyi detsentralizatsiyi. DU «Instytut rehionalnyh doslidzhen imeni M. I. Dolishnyoho NAN Ukrayiny». Lviv, 2017. P. 19-20. [in Ukrainian]

7. Proekt Zakony pro zasady administratyvno-terytorialnoho ustroyu Ukrayiny [Draft Law of Ukraine on the Foundations of Administrative and Territorial Structure of Ukraine]. URL : http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/ webproc4_1?pf3511=63508 [in Ukrainian].

УДК 338.43.638.1
JEL P32, Q17, Q18

OLHA KARPENKO,
PhD. Econ. Sciences, senior researcher.
Department of Economic regulation of Environmental Management
Institute of market problems and economic&ecological research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzkyi boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: ecolog.ok@ukr.net
ORCID:0000-0003-3943-4052

YELIZAVETA TURENKO,
Junior Researcher
Department of Economic regulation of Environmental Management
Institute of market problems and economic&ecological research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzkyi boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: turenkoliza.ua@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5442-216X

HERMAN KARPENKO,
Junior Researcher
Department of Economic regulation of Environmental Management
Institute of market problems and economic&ecological research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzkyi boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: ecolog.ok@ukr.net
ORCID: 0000-0002-6589-0054

KIRA KHAMID,
Assistant of the department TPPAP
Odesa State Agrarian University,
str. Kanatnaya, 130, Odesa, Ukraine, 65039
E-mail: khamidkira@ukr.net
ORCID: 0000-0003-4500-7030

FEATURES OF FOOD MARKET FUNCTIONING IN UKRAINE

Topicality. *Beekeeping in our country is an important and especially valuable branch of agriculture. It is based on the cultivation of honey bees, which exist bee families - unique biological units [4]. Features of beekeeping as a branch of agricultural production predetermine the specificity of determining its economic efficiency. Sources of honey harvest are agricultural crops, as well as natural honey fields - forests, plantations of gullies and beams, forest belts, meadows and pastures. However, in bee-keeping of pollination and pollination-honey directions, products obtained as a result of increasing the yield of dust-pollinated bees of agricultural crops, the profit of the industry is not counted. In this regard, all the costs of bee pollination, in addition to the cost of honey, wax, fruit moth, roes and other by-products, are attributed to crops and perennial cultures pollinated [3]. Production of honey in apiaries of the country's population when used different methods of keeping bees and selling products provides significant revenues and high profitability. [2]. Economic efficiency of the field of beekeeping is characterized by profits from the sale of products, which ultimately determines the level of beekeeping profitability.*

Aim and tasks. *The purpose of the article is to analyze the information on scientific sources and statistical data, as well as scientific and practical developments and knowledge related to the development of the beekeeping industry in the world and the peculiarities of honey exports, to substantiate practical recommendations for improving the organizational and economic principles of the functioning of the beekeeping market in terms of integration . The task was to summarize scientific publications and methodological materials on research topics.*

Research results. *The theoretical and methodological basis of the study was the works of the classics of economic science, the works of scientists M.Tokarev, V.Haidar, V.Pilipenko, A.Rustamov, A.Vakulin. The rational and efficient use of production facilities, forage and livestock provides an increase in the gross output of beekeeping and improvement of its quality [7].*

Conclusion*.The dynamics of world production of honey is estimated and it is established that Ukraine is among the five most honey producing countries in the world. The necessity of reorientation of export of honey as a finished product in the individual brand packaging is proved. The growth of the number of exporters of honey has been established*

Keywords: *beekeeping, honey, export, import, production, processing.*

КАРПЕНКО О.О.,
Канд. екон. наук, с.н.с.
Відділ економічного регулювання природокористування
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: ecolog.ok@ukr.net
ORCID:0000-0003-3943-4052

ТУРЕНКО Є.А.,
Мл. научн. сотр.
Відділ економічного регулювання природокористування
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: turenkoliza.ua@gmail.com
ORCID: 0000-0001-5442-216X

КАРПЕНКО Г.Ю.,
Мл. научн. сотр.
Відділ економічного регулювання природокористування
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: ecolog.ok@ukr.net
ORCID: 0000-0002-6589-0054

ХАМІД К.О.,
Асистент кафедри ТВППТ
Одеський державний аграрний університет,
вул. Канатна, 130, Одеса, Україна, 65039
E-mail: khamidkira@ukr.net
ORCID: 0000-0003-4500-7030

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ МЕДУ В УКРАЇНІ

Актуальність. *Бджільництво в нашій країні є важливою і особливо цінною галуззю сільського господарства. Її основою є розведення медоносних бджіл, які існують бджолиними сім'ями – своєрідними біологічними одиницями [4]. Особливості бджільництва як галузі сільськогосподарського виробництва зумовлюють специфіку визначення його економічної ефективності. Джерелами медозбору є сільськогосподарські культури, а також природні медоносні угіддя – ліси, насадження ярів і балок, лісосмуги, луки і пасовища. Але, в бджільництві запилювального і запилювально-медового напрямів, продукція, одержана в результаті підвищення врожайності запилених бджолами сільськогосподарських культур, у прибуток галузі не зараховується. У зв'язку з цим всі витрати по бджільництву запилювального напряму, крім вартості меду, воску, плідних маток, роїв та іншої побічної продукції, відносять на сільськогосподарські культури і багаторічні культури що запилювалися [3]. Виробництво меду на пасіках населення країни при використанні різних методів утримання бджіл та реалізації продукції забезпечує значні доходи і високу рентабельність [2]. Економічна ефективність галузі бджільництва характеризується прибутком від реалізації продукції, що в кінцевому результаті визначає рівень рентабельності галузі бджільництва.*

Мета та завдання. *Метою статті є аналіз відомості з наукових джерел та статистичні дані, а також науково-практичні напрацювання і знання, що стосуються розвитку галузі бджільництва в Україні світі та особливості експорту меду, обґрунтувати практичні рекомендації щодо удосконалення організаційно-економічних засад функціонування ринку продукції бджільництва в умовах інтеграції. Завданням було узагальнити наукові публікації та методичні матеріали за дослідною тематикою..*

Результати. *Теоретичною і методичною основою дослідження стали праці класиків економічної науки, праці науковців М.Ф. Токарєва, В.А. Гайдара, В.П. Пилипенка, А.К. Рустамова, А.А. Вакулина. Раціональне й ефективне використання засобів виробництва, кормової бази і кочівлі забезпечує збільшення валової продукції бджільництва і поліпшення її якості [7].*

Висновки. *Оцінено динаміку світового виробництва меду та встановлено, що Україна входить до переліку п'яти найбільш країн-виробників меду у світі. Доведено необхідність переорієнтації експорту меду як готового продукту в індивідуальній брендовій упаковці. Встановлено зростання чисельності експортерів меду*

Ключові слова*: бджільництво, мед, експорт, імпорт, виробництво, переробка .*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. Today, Ukraine has become a prominent player on the world market for honey (Table 1 and Fig. 1). Our products are in demand in the EU, Canada, USA, Asia and the Arab countries.

Table 1

Production of honey in the world, ths. tons

Country	Years			Specific share in 2016
	2014	2015	2016	
Total	1632,1	1825,8	1787,0	
China	474,8	488,7	502,6	28,1
Turkey	103,5	107,7	105,5	5,9
Iran	77,8	79,0	80,6	4,5
USA	80,9	71,0	73,4	4,1
Russia	74,9	67,7	69,8	3,9
India	61,0	61,1	61,3	3,4
Ukraine	66,5	63,6	59,3	3,3
Mexico	60,6	61,9	55,4	3,1
Argentina	…*	58,2	51,4	2,9
Ethiopia	0,0	59,2	47,7	2,7
Brazil	38,5	37,9	39,6	2,2
Canada	40,8	39,5	39,0	2,2
Spain	32,2	33,4	34,0	1,9
Tanzania	31,0	30,2	30,3	1,7
Hungary	24,4	30,7	26,4	1,5
Kenya	29,7	34,8	25,6	1,4
Korea	23,9	24,4	23,8	1,3
Angola	23,4	23,5	23,4	1,3
Germany	20,2	23,,4	21,6	1,2
Romania	18,0	27,9	21,2	1,2
A specific share of 20 leading countries	78,6	78,0	77,9	

…* data missing

Analysis of recent publications on the problem. Exports of Ukrainian honey in the first half of 2018 decreased by 43 % compared to the same period in 2017 and amounted to almost 17 thousand tons with a total value of 37 million dollars. Compared to the same period in 2016, an increase of 12 %. According to the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), the EU continues to be among the major buyers of Ukrainian honey, while the top 3 importing countries include Germany (32 %), Poland (17 %) and Belgium (12 %). Ukraine's competitors in the EU market are China, Argentina, Mexico, New Zealand.

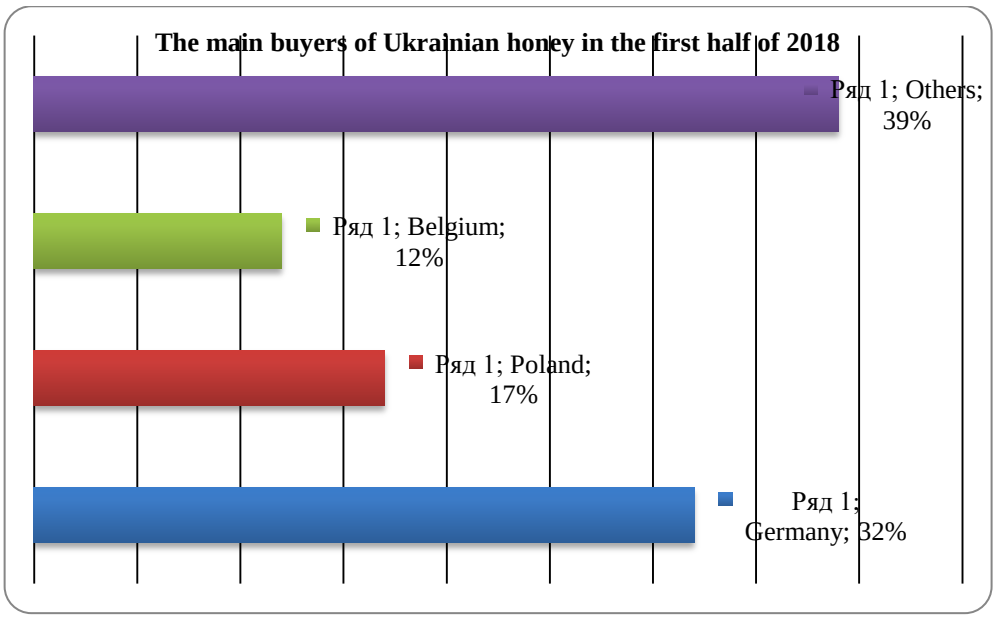

Fig. 1. Purchasers of Ukrainian honey in the first half of 2018

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. The basic quota for duty-free delivery of Ukrainian honey to the European Union (5.4 thousand tons) was completed in the first 11 days of 2018, and from October 1, 2018, an additional quota (2.5 thousand tons) was opened. For a non-quota volume, a duty of 17.3 % is applicable.

Formulation of research objectives (problem statement). The average selling price for the 8 months of 2017 is $ 1.8 per 1 kg, and the average selling price in 2018 is $ 2.11 (Fig. 2).

An outline of the main results and their justification. Exports of honey in Ukraine are mostly family businesses. The largest exporter is Askaniya-Pak Company. The company belongs to Sergey and Valery Gorbanyam. GC "Commonwealth", located on the second stage of the rating, belongs to Viktor Popov. For the third largest company is - "Ukrainiarni Bi" - the production of honey is the main business.

According to the results of an expert survey, it was found that they positively influence the development of the market for beekeeping products, experts consider the following: qualifications of personnel; the quality of domestic products and the trust of its population; profitability of production; its diversification and geographical location of Ukraine, and negative ones are: solvency of the population; lack of scientific research in the field; lack of reliable statistical information; a high level of inflation and an inadequate degree of integrational formations in beekeeping.

In the Ukrainian honey market, the population's demand for Ukrainian honey is fully met by the "hidden" supply and imported honey. At the same time, exports of honey will increase annually until it is limited to the volume of its production in Ukraine.

A system of normative documents has been created, which makes it possible to assert a sufficient level of regulation of production and circulation of beekeeping products, but there are still problems.

Unfortunately, further declarations of the program of support for beekeeping from the Ministry of Agrarian Policy are not underway. "In the context of the current budget deficit to talk about subsidies - a futile thing. At least they did not interfere with the work, and the beekeepers themselves will do everything themselves ", - says the President of the Beekeepers' Union Volodymyr Stretovych. But the government is disturbing. For example, at the beginning of the year, without any discussion with the beekeepers of Ukraine, "natural honey" was added to the list of products subject to mandatory licensing. Such an order adds bureaucratic problems to beekeepers.

An important issue is the expansion of quotas for honey exports, since the volume of preferential supplies is currently scarce: our country exports ten times more beekeeping products to the EU than quotas provide.

In developed countries, a significant income for apiaries is the payment of farmers for pollination. In Ukraine, this practice is practically absent. The cooperation of farmers and beekeepers would have a positive

impact on the productivity of both plants and apiaries. In particular, increasing the yield of agricultural crops when pollinating flowers by bees is on average 60 % for melons, 65 % for fruit, and 75 % for red clover. And alfalfa seeds are practically impossible to obtain without proper pollination. The beekeepers should be united to protect interests and influence on public policy in the field of beekeeping. A state program of encouraging cooperation between farmers and owners of apiaries would be useful.

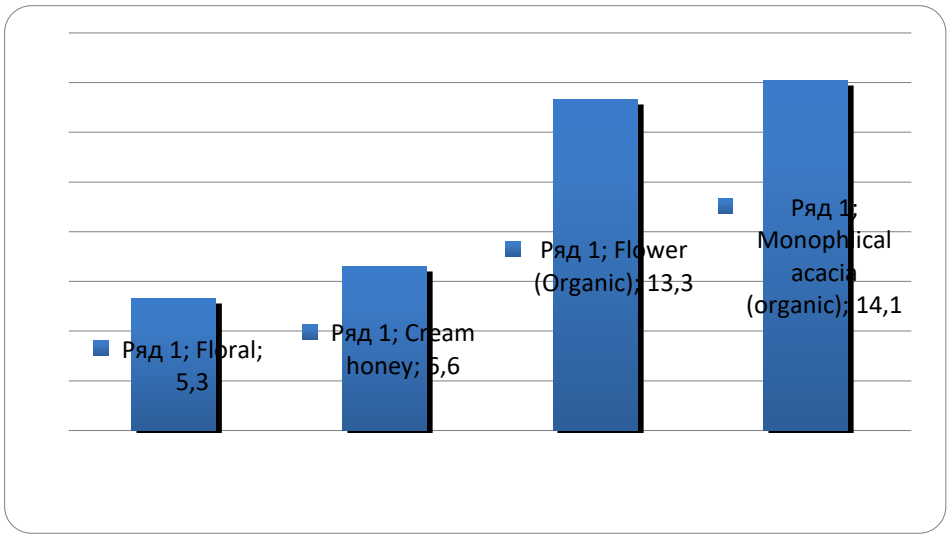

Fig. 2. European prices for honey (EUR/kg)

Today it is safe to say that beekeeping is a useful and healing industry. Fairs and exhibitions of honey are held, there are beekeeping shops. In restaurants, honey and other beekeeping products are used to prepare new dishes. Honey is used as a restorative, toning, restorative strength remedy.

Now in each region of Ukraine you can find honey of different varieties: lime, buckwheat, sunflower, coriander, heather and others. Therefore, buyers face an easy choice, they need not only to identify the necessary and delicious variety, but also to evaluate the quality of the product being purchased. Not even experts in this area, as a rule, can instruct their choices - depending on the color of honey, its smell, viscosity, consistency.

At the present stage of the development of restaurant and hotel business, the customer must be given the opportunity to choose a new product in the form of a name, form, price, taste, and feeling of touch. It is necessary for the client to be most pleased with the presentation and the benefits of the product.

Honey in the priest is always new recipes, delicious dishes, an aesthetic look at cooking, a useful snack that satisfies the physiological needs of man in the daily norm of micro and microelements, easy to use for athletes and travelers.

One of the most promising products is serving honey.

Portion honey is a simple natural honey product, which is packed in special containers 12, 50, 100 and more grams. It stores all the beneficial properties and vitamins. Similar products are for sale in grocery stores and are usually produced by large companies, which in turn buy raw materials from frequent entrepreneurs or farmers. Portion honey is a honey product that is processed by steam before packing in equal portions. The treatment is carried out by steam, as ordinary boiling can lead to loss of useful substances.

Main benefits of portion honey:

- Sealed packaging;
- High quality products;
- Presence of all vitamins and minerals;
- Versatility of use;
- Small capacity volumes.

Banks and other containers have a sealed metal cover with the signature of the manufacturer, batch number and delivery date. All products are certified fixed, so portion honey is less subject to fakes. The sizes of packed containers are 12.50 and up to 500 grams.

The economic (market) timetable in the field of beekeeping, as well as price trends (dynamics) in the most important markets that are directly related to beekeeping. Each indicator is responsible for a specific

market. The same market can be attributed to different groups depending on the specialization of the apiaries. Below are the main indicators of beekeeping

1. The exchange rate. The economy of the whole country depends on the exchange rate, and beekeeping, as an export-oriented industry, is a commodity. Given that the bulk of honey is exported to the EU for the euro, and imports are also coming from Europe, we are more interested in the hryvnia exchange rate than in the euro, and not in dollar terms. As an indicator, we will use the official rate according to the NBU.

2. Burning. Its price indirectly affects everything. For nomads it is a direct expense. As an indicator - the price per liter diesel (diesel fuel) at the gas station.

3. Wood. The main building material in beekeeping. Indicators: the price of wood for a "cube", the price of a multi-hive hive on the frame of the rut, the price of the workpiece for the frame is also routed. Indicator - standard root system, is intermediate for the price between a standard frame of 300 mm and a half frame (145 mm). In addition, in the conditions of the birth of industrial beekeeping, the root system is the most demanded.

4. Wax. The price of wax reflects the state of affairs in the entire wax market segment. Indicator - the price of kg of standard wax in "Kyivoblbzholoprom".

5. Sugar. An important cost component, especially for farms specialized in breeding. Indicator - the price of 1 kg in a small group.

6. Repair. As an indicator we take a cheap device (not a chimney or a chiselled stone), without which it is impossible to beekeeled - it is a medo. Indicator - the price of the popular budget medo-box from the online store "Uley-In".

7. Carrier services. They are actively used by most beekeepers, spending on the transportation of the same honey bee, hives, pike, a lot of money. Indicator - the cost of transportation of medicoons from "Rement" along the route "Kharkiv-Kiev" by "Intime" carrier.

8. Bees. Breeding is one of the largest segments of the bee market. Indicators - the price of bee and bee horses.

9. Honey The main end product of the industry. Indicators are the purchasing wholesale price (UAH/ kg) of one of the leading players of the market and the retail price of honey from herbs (UAH / liter).

An important aspect for the domestic economy is the development of organic production, which provides the population with safe, environmentally friendly and high-quality agricultural products.

In addition, the experience of the EU countries shows that the issue of regional branding of local traditional products is becoming increasingly relevant. Branding not only benefits the manufacturer - it can become an indicator of regional development, which affects the socio-economic sphere of the region. The key issue is to establish links between regional brands, the local community and the region in support of its promotion and further development.

Certified local products can influence the development of local businesses and other products - increase their value, strengthen rural integration and increase the value of local resources.

Local origin products can play a role for the community at the local level - developing networks and relationships between local producers, non-agricultural enterprises, diversifying employment in the region, opening up new opportunities for migration, unemployed young people, rural pensioners and marginalized groups.

The Institute of Market Problems and Economic&Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine (hereinafter- IMPEER) is currently the beneficiary of the project eMS BSB 383 "Sustainable Agricultural Trade Network in Black Sea Basin - AgriTradeNet", which is being implemented within the framework of the Joint Operational Programme "Black Sea Basin 2014-2020" (hereinafter-Programme) (Picture 3). AgriTradeNet aims to increase opportunities. local producers, their opportunities for geographical certification / identification and establishing links between business organizations in the Black Sea countries that support the work of these producers locally. Therefore, AgriTradeNet fits in well with the priority 1.2 of Programme, which is «Increasing capacity of local producers and straightening cooperation between business, producers' organizations and local authorities for regional branding and transnational trading of agricultural products».

IMPEER chose honey as a local product that can get geo-certification / identification.

The results we expect to receive from this project:

- Expansion of cross-border links for trade and modernization in the agricultural and related sectors in the Black Sea basin;

-Development of opportunities for cross-border honey trade by obtaining geographic certification / identification and establishing links between business organizations of the Black Sea basin countries;

- Ensuring the safety of production of important agricultural products;

- Providing IT tools to increase the capacity of local producers, in particular, to review legislation at the local level on the safety of the release of traditional products, honey branding opportunities and the study of international trade references for this type of product;

- Developed market for local honey producers.

Fig. 3. The project eMS BSB 383
"Sustainable Agricultural Trade Network in Black Sea Basin -AgriTradeNet"

The incentive for the development of organic beekeeping is a higher price and a steady demand for its products. The quality of the products depends on how well-off the environment in the area of the apiary location, as well as how carefully the beekeepers meet the relevant requirements for the maintenance of bee families and the production of beekeeping products.

There are certain detailed rules for the production of organic products (raw materials) of beekeeping. These rules determine the peculiarities of production of organic products (raw materials) of beekeeping.

The basis for the production of organic products (raw materials) of beekeeping is the exclusion from the technological process of the application of chemical fertilizers and pesticides of synthetic origin, genetically modified organisms, derivatives of genetically modified organisms, products made by genetically modified organisms, preservatives, etc.

During the production of organic produce (raw materials) of beekeeping, the general rules for the production of organic produce (raw materials) of beekeeping are applied in accordance with part one of Article 22 of the Law of Ukraine "On the production and circulation of organic agricultural products and raw materials" and these Rules.

Beekeeping from prehistoric times attracts people to the healing properties of their products. The sub-branch of apiculture - apitherapy - is a rather specific area, since it is not just beekeeping, but is on the verge of beekeeping and medicine. Apitherapy can be considered as one of the directions of non-traditional medicine.

The modern development of science as a science proved that bee products are also effective means of treating many diseases - atherosclerosis, bronchitis, pneumonia, dysbiosis, myocardial dystrophy, otorhinolaryngology, tuberculosis. The advantage of these treatments is the absence of toxic effects on the body, ease of obtaining, general availability, ease of use. Therefore, it is advisable to use honey and other bee products in the diet, it not only gives food specificity, but also helps in the fight against diseases, strengthens immunity and increases the resistance of the body. However, for medical use, not only honey is used as the main component but also other beekeeping products: wax, propolis, pollen, royal jelly, bee poison.

Conclusions and perspectives of further research. The Ukrainian honey market is one of the most promising and is developing fastest today from all agro-industrial sectors of the country. In order to maintain Ukraine's leadership in the world market, a mechanism for the continuous registration of beekeepers and

their withdrawal from the "hidden" level to the official one is required. It is proved that the domestic demand for Ukrainian honey is satisfied mainly due to the "hidden" supply, and according to official statistics, it approaches practically zero.

There is a need for state regulation of activity in the market of beekeeping products at three levels, namely: levels of the territorial community; regional, which involves the combination of the efforts of several territorial communities; interregional, or state, indicating the functions of each level of government in the context of the transition to a territorial self-governing system of sustainable rural development.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балашова Е.Ю., Фарамазян А.С. ООО Аналитический центр АПИС // Пчеловодство. 2010. № 9. С.12-14.
2. Букрєєв А., Деготюк В. Ринок продукції бджільництва // Український пасічник. 2002. № 5. С.26-30.
3. Гриценко В.Л. Організаційно-економічні засади функціонування ринку продукції бджільництва: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд.екон. наук: 08.00.03. Харків, 2017. 22 с.
4. Гриценко В.Л. Формування інституційного середовища як передумова зниження рівня трансакційних витрат ведення бізнесу на ринку меду. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2017. № 1. С.121-130.
5. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини : Закон України від 23.12.1997 № 771/97. Відомості Верховної Ради. 1998. № 19. Ст. 98. URL : // zakon.rada.gov.ua
6. Кравченко М.В. Розвиток економічної ефективності бджільництва в ринкових умовах // Економіка. Управління. Інновації. Випуск. 2014. № 2. С.4-8.
7. Мацебора В.І. Економіка сільського господарства. 1994, С.78-89.
8. Хамід К. Медова насолода : наук. видання. Одеса : ТЕС, 2017. 110 с.
9. Хамід К.О. Економічна ефективність ведення галузі бджільництва на пасіках Миколаївської області // Аграрний вісник Причорномор'я : зб. наук. праць. 2017. Вип. 84-1. С.104-107.
10. Шатько О.В., Дужко Л.Л., Дегодюк В.М. Особливості формування ринку українського меду // Пасіка. 2009. № 2. С.2-5.
11. Яценко О.М. Формування та реалізація конкурентних переваг галузі бджільництва України : монографія. Житомир : Вид-во «Житомирський національний агроекологічний університет, 2011. 428 с.
12. Brodschneider R., Clailsheim. Nutrition and health in honey bees // Apidologie. 2010. 41 (3): 278-94. Doi: 10.1051 / apido: 2010012.
13. Production and Value of Honey and Maple Products. URL : http://www.statcan.gc.ca/

REFERENCES

1. Balashova E.Iu. OOO Analytycheskyi tsentr APYS [Analytical Center APIS Ltd.] / E.Iu.Balashova, A.S.Faramazian // Pchelovodstvo. 2010. № 9. P.12-14 [In Ukrainian].
2. Bukrieiev A. Rynok produktsii bdzhilnytstva [Beekeeping market] / A.Bukrieiev, V.Dehotiuk // Ukrainskyi pasichnyk. 2002. № 5. P. 26-30 [In Ukrainian].
3. Hrytsenko V.L. Orhanizatsiino-ekonomichni zasady funktsionuvannia rynku produktsii bdzhilnytstva: avtoref. dys. na zdobuttia naukovoho stupenia kand.ekon. nauk [Organizational and economic principles of functioning of the beekeeping market: dissertation dissertation for the degree of candidate of economic sciences]: 08.00.03.Kharkiv, 2017. 22 p. [In Ukrainian]..
4. Hrytsenko V.L. Formuvannia instytutsiinoho seredovyshcha yak peredumova znyzhennia rivnia transaktsiinykh vytrat vedennia biznesu na rynku medu [Formation of the institutional environment as a prerequisite for reducing the transaction costs of doing business in the honey market]. Visnyk KhNAU. Seriia «Ekonomichni nauky». 2017. № 1. P.121-130 [In Ukrainian]..
5. Zakon Ukrainy "Pro yakist ta bezpeku kharchovykh produktiv i prodovolchoi syrovyny» [Law of Ukraine "On quality and safety of food products and food raw materials"] vid 23.12.1997 // zakon.rada.gov.ua. [In Ukrainian].
6. Kravchenko M.V. Rozvytok ekonomichnoi efektyvnosti bdzhilnytstva v rynkovykh umovakh [Development of economic efficiency of beekeeping in market conditions] / M.V. Kravchenko //

Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. Vypusk. 2014. № 2. P.4-8. [In Ukrainian].

7. Matsebora V.I. Ekonomika silskoho hospodarstva [Agriculture Economics] / V.I. Matsebora, 1994, P.78-89. [In Ukrainian].

8. Khamid K. Medova nasoloda. Naukove vydannia [Honey pleasure. Scientific publication] / K. Khamid. Odesa : TES, 2017. 110 p. [In Ukrainian].

9. Khamid K.O. Ekonomichna efektyvnist vedennia haluzi bdzhilnytstva na pasikakh Mykolaivskoi oblasti [Economic efficiency of the beekeeping industry in the apiaries of the Mykolaiv region] // Ahrarnyi visnyk Prychornomoria : zb. nauk. prats. 2017. Vyp.84-1. P.104-107. [In Ukrainian].

10. Shatko O.V., Duzhko L.L., Dehodiuk V.M. Osoblyvosti formuvannia rynku ukrainskoho medu [Features of the formation of the Ukrainian honey market] // Pasika. 2009. № 2. P. 2-5. [In Ukrainian].

11. Iatsenko O.M. Formuvannia ta realizatsiia konkurentnykh perevah haluzi bdzhilnytstva Ukrainy: monohrafiia [Formation and realization of competitive advantages of beekeeping industry in Ukraine: monograph]. Zhytomyr: Vyd-vo «Zhytomyrskyi natsionalnyi ahroekolohichnyi universytet, 2011. 428 p. [In Ukrainian].

12. Brodschneider R. Nutrition and health in honey bees / R. Brodschneider, K.Clailsheim // Apidologie. 2010, 41 (3): 278-94. Doi: 10.1051 / apido: 2010012. [In English].

13. Production and Value of Honey and Maple Products. URL : http://www.statcan.gc.ca [In English].

УДК 330.342
JEL A 13

KYRYLOV Y.Y.,
Doctor of Economic Sciences, Professor
Kherson State Agrarian University,
Stritenska St., 23, Kherson, Ukraine, 73006
E-mail: kirilov_ye@ukr.net
ORCID: 0000-0001-5061-2644

KRYKUNOVA V.M.,
PhD. Econ. Sciences, Associate professor
Kherson State Agrarian University,
Stritenska St., 23, Kherson, Ukraine, 73006
E-mail: krykunova_vm@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-5710-8029

ZHOSAN H.V.,
PhD. Econ. Sciences,
Kherson State Agrarian University,
Stritenska St., 23, Kherson, Ukraine, 73006
E-mail: enn89@ukr.net
ORCID: 0000-0002-3577-6701

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE ENTREPRENEURIAL ACTIVITY SYSTEM: TRANSFORMATION OF APPROACHES AND EVALUATION DIRECTIONS

Topicality. *Mutual determination of economic, political, scientific and technical, social, resource, ecological and other elements of the business environment, deepening of internal relations caused the development of the forms and content of firms' social activities of, as well as its conceptual substantiation and evaluation. Integration of Ukraine's economy into the international economic space and the effective interaction of domestic business structures with the actors of world markets should take into account a number of socio-economic conditions and challenges, among which the processes of socialization of entrepreneurship occupy a decisive place that determines the relevance of this paper.*

Aim and tasks. *The purpose of the study is analyzing the current trends of the corporate social responsibility concept, the directions of the evaluation of its implementation and effectiveness in accordance to existing criteria and world practices. The results of the study have theoretical and applied value and can be used for research purposes and for the Ukrainian business sector improvement strategy development.*

Research results. *The transformation of the CSR concept reflects the implementation of a more pragmatic approach to the relationship between social issues and business processes strategic management. The social activity is considered as a lever of employees' contradictions and conflicts managing, the human resources quality improving, regional and local development, environmental issues solving. Structurally, corporate social responsibility reflects the economic, legal, ecological, ethical and philanthropic demands of society to business. New trends in CSR have been institutionalized into corporate and industrial codes, multi-stakeholders' initiatives, and private companies' standards, with appropriate monitoring of requirements and outcomes.*

Conclusion. *The concept and practice of corporate social responsibility is quite "broad", the manifestation of which is determined by the scale of activity, company size, society's expectations at a specific time, etc. Actually, new economic and social norms and indicators of the business structures' performance were developed. CSR in Ukraine is in the stage of formation, its new forms and manifestations are developing, the structure is getting complicated. In order to enhance the long-term business competitiveness through the practices of responsible attitude towards its employees, consumers and other stakeholders different measures are to be applied: informative activities about importance of companies' socially responsible behavior, promotion of best practices of its implementation and evaluation will provide systemic improvement of management processes.*

Keywords: *corporate social responsibility, entrepreneurial activity, social activity.*

КИРИЛОВ Ю.Є.,
Д-р екон. наук, проф.
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»,
Стрітенська ,23, м. Херсон, Україна, 73006
E-mail: kirilov_ye@ukr.net
ORCID: 0000-0001-5061-2644

КРИКУНОВА В.М.,
Канд. екон. наук, доц.
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»,
Стрітенська ,23, м. Херсон, Україна, 73006
E-mail: krykunova_vm@yahoo.com
ORCID: 0000-0001-5710-8029

ЖОСАН Г.В.
Канд. екон. наук
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»,
Стрітенська ,23, м. Херсон, Україна, 73006
E-mail: enn89@ukr.net
ORCID: 0000-0002-3577-6701

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ У СИСТЕМІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ТРАНСФОРМАЦІЯ ПІДХОДІВ І НАПРЯМІВ ОЦІНЮВАННЯ

Актуальність. *Взаємна детермінація економічних, політичних, науково-технічних, соціальних, ресурсних, екологічних й інших елементів бізнес-середовища, поглиблення внутрішньоорганізаційних відносин призвели до розвитку форм і змісту соціальної діяльності фірм, а також її концептуального обґрунтування й оцінки. Інтеграція економіки України до міжнародного економічного простору та забезпечення ефективної взаємодії вітчизняних бізнес-структур із суб'єктами світових ринків має враховувати низку соціально-економічних умов та викликів, серед яких процеси соціалізації підприємницької діяльності посідають визначальне місце, що зумовлює актуальність даного дослідження.*

Мета та завдання. *Метою дослідження є аналіз сучасних тенденцій розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності, напрямів оцінювання впровадження та ефективності відповідно до наявних критеріїв і світових практик. Результати дослідження мають теоретичне та прикладне значення і можуть бути використані для наукових цілей і при розробленні стратегії розвитку підприємницького сектору України.*

Результати. *Трансформація концепції КСВ відобразила імплементацію більш прагматичного підходу до взаємозв'язку соціальних проблем і стратегічного менеджменту бізнес-процесів – соціальну діяльність почали використовувати як важіль подолання протиріч і конфліктів із найманими працівниками, поліпшення якості людських ресурсів, регіонального і локального розвитку, розв'язання екологічних проблем. Структурно корпоративна соціальна відповідальність відображає економічні, юридичні, екологічні, етичні та філантропічні запити суспільства до бізнесу. Нові напрями КСВ інституціалізувалися в корпоративні та промислові кодекси, мульти-ініціативи стейкхолдерів, стандарти приватних компаній, з відповідним моніторингом вимог і результатів.*

Висновки. *На сьогодні концепція і практика корпоративної соціальної відповідальності є достатньо «широкими», конкретний прояв яких визначається сферою діяльності, розміром компанії, очікуваннями суспільства в конкретний момент часу тощо. Фактично утворилися нові економічні і соціальні норми та виміри функціонування бізнес-структур. КСВ в Україні перебуває в стадії становлення, розвиваються її нові форми і прояви, ускладнюється структура. Інформування щодо важливості соціально відповідальної поведінки компаній, просування найкращих практик щодо її реалізації та оцінювання сприятиме системному вдосконаленню управлінських процесів, що дозволить посилити довгострокову конкурентоспроможність через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших стейкхолдерів.*

Ключові слова: *корпоративна соціальна відповідальність, підприємницька діяльність, соціальна діяльність.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Одним із трендів сучасного етапу економічного розвитку, поруч із глобалізацією, інформатизацією,

структурними зрушеннями, посиленням нестабільності і підвищенням темпів науково-технічного прогресу та впровадження інновацій, є соціальна орієнтованість ринкової економіки розвинутих країн, що позначається на умовах здійснення підприємницької діяльності. Взаємна детермінація економічних, політичних, науково-технічних, соціальних, ресурсних, екологічних й інших елементів бізнес-середовища, поглиблення внутрішньоорганізаційних відносин призвели до розвитку форм і змісту соціальної діяльності фірм, а також її концептуального обґрунтування й оцінки. Інтеграція економіки України до міжнародного економічного простору та забезпечення ефективної взаємодії вітчизняних бізнес-структур із суб'єктами світових ринків має враховувати низку соціально-економічних умов та викликів, серед яких процеси соціалізації підприємницької діяльності посідають визначальне місце, що зумовлює актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Питання соціальної відповідальності підприємницького сектору, напрями, механізми, доцільність та ефективність її реалізації є предметом уваги науковців. Вітчизняними та зарубіжними науковцями розглянуто окремі аспекти генезису концепції [1, 7] та тлумачення дефініції «корпоративна соціальна відповідальність» [4, 8, 9, 19, 20], практики застосування [4, 5, 14, 15, 18], класифікацію національних моделей [7, 15], економічне обґрунтування та правове і нормативне забезпечення [2, 10, 14].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У зазначених працях проблематику соціальної відповідальності переважно проаналізовано стосовно одного із наведених аспектів. Не приділено достатньо уваги трансформації та урізноманітненню форм соціальної діяльності, а також взаємозв'язку між сучасною структурою корпоративної соціальної відповідальності та напрямами оцінювання її результативності.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання). Метою статті є аналіз сучасних тенденцій розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності, напрямів оцінювання впровадження та ефективності відповідно до наявних критеріїв і світових практик. Для досягнення поставленої мети необхідно розглянути еволюцію корпоративної соціальної відповідальності у теоретичній і прикладній площині, розробити структуру корпоративної соціальної відповідальності як складової функціонування підприємницьких структур, висвітлити відповідні напрями та практику оцінювання.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Ретроспективно практики корпоративної соціальної відповідальності зазнали значної трансформації – від експериментів на рівні окремого підприємства до системи заходів, що стала елементом стратегії фірми та перетворилася на соціоекономічний інститут сучасної ринкової економіки (табл. 1) [1, 7, 16, 19]. У теоретичній площині концепції не стільки замінили одна одну в хронологічному порядку, скільки мають комплементарний характер, відображають проблематику соціальної відповідальності в контексті розвитку її мотивації, а також практичного досвіду.

Трансформація концепції відобразила імплементацію більш прагматичного підходу до взаємозв'язку соціальних проблем і стратегічного менеджменту бізнес-процесів – соціальну діяльність почали використовувати як важіль подолання протиріч і конфліктів із найманими працівниками, поліпшення якості людських ресурсів, регіонального і локального розвитку, розв'язання екологічних проблем. Програми КСВ стали спланованим комплексом заходів, спрямованих на формування сприятливого для функціонування бізнес-середовища, орієнтованих на загальну стратегію розвитку фірми. Відповідно, високий рівень прибутку в короткостроковій перспективі втратив позиції ключового показника ефективності. Першочергового значення набуло підвищення адаптивності економічної системи підприємства і забезпечення довгострокового зростання, яке базується на максимальному врахуванні інтересів стейкхолдерів [19].

Соціальне підприємство – одна з нових організаційних форм, яка передбачає використання бізнес-методів для вирішення різноманітних соціальних проблем: безробіття, соціальний захист та соціальне залучення. Соціальний ефект є цільовою функцією, а не побічним продуктом діяльності соціальних підприємств. Соціальні цілі закріплені у статуті організації або в інших документах, які приймаються засновниками і є обов'язковими до виконання. Прибуток від комерційної діяльності використовують для розв'язання соціальних завдань [5, 11].

Європейська комісія виділяє чотири основні напрями, в яких працюють соціальні підприємства: робоча інтеграція (навчання та інтеграція людей з обмеженими можливостями та безробітних); особисті соціальні послуги (здоров'я, добробут та медична допомога, професійне навчання, освіта, медичні

послуги, послуги з догляду за дітьми, послуги для людей похилого віку або допомога малозабезпеченим людям); розвиток територій, що знаходяться у несприятливих районах (соціальні підприємства в віддалених сільських районах, схеми розвитку/реабілітації мікрорайонів в міських районах, допомога у розвитку та співпраця з третіми країнами); інше (включаючи переробку, захист навколишнього середовища, спорт, мистецтво, культуру та історичне збереження, науку, дослідження та інновації, захист прав споживачів та любителів спорту). Таким чином, однією із визначальних ознак є наявність цільової соціально вразливої категорії населення або цільової соціальної проблеми, на яку спрямована діяльність підприємства [11].

Інновацією сучасного етапу є також імпакт-інвестування, що має на меті не уникнення або нейтралізацію негативних екстерналій бізнес-процесів, а характеризується іманентною спрямованістю на одночасне досягнення економічного, соціального та екологічного ефекту підприємницької діяльності.

Таблиця 1

Еволюція ідеї і практик соціальної відповідальності*

Період часу	Характеристика етапу розвитку
XVIII-XIX ст.	Зародження ідеї соціальної відповідальності бізнесу – обґрунтування потреби у заходах та їх реалізація визначаються етичними і релігійними переконаннями окремих власників підприємств.
Середина XIX – початок XX ст.	Соціальна відповідальність підприємців розвивається у формі меценатства і надалі зумовлена виключно ініціативою власників підприємств, їхніми переконаннями, має нерегулярний характер, зазвичай не має чітко визначеної цільові групи населення. Реалізується як добродійна діяльність, меценацтво, основні сфери уваги – культура і мистецтво, допомога бідним, розвиток медицини і освіти. Ідея соціальної відповідальності набуває державно-громадського визнання.
Початок XX ст.	Доктрина капіталістичної благодійності, відповідно до якої прибуткові організації повинні жертвувати частину свого прибутку на фінансування суспільних потреб (Е. Карнегі «Євангеліє процвітання»). Діяльність прибічників набуває організованого характеру (рух Rotary в Чікаго; заснування благодійного фонду Рокфеллера).
50-70-ті роки XX ст.	Започатковано системний науковий аналіз соціальної відповідальності. Базова концепція КСВ: суспільство висуває до бізнесу вимоги щодо дотримання стандартів, які необхідно враховувати при здійсненні підприємницької діяльності. Опублікування праці Г. Боуена (Howard R. Bowen) «Соціальна відповідальність бізнесмена», 1953 р.
80-90-х рр. XX ст.	Концепція корпоративної соціальної сприйнятливості – соціальна активність є обов'язковою складовою образу доброчесного «корпоративного» громадянина, іміджу підприємства. Основними формами її реалізації є PR-акції, рекламні кампанії в області спорту, культури, освіти.
Початок XXI ст.	Концепція корпоративної соціальної діяльності: репутацію формують поведінка і дії фірми. Соціально-відповідальна діяльність підприємства стає базою загальної стратегії його розвитку, передумовою формування ділової репутації підприємства. Основним орієнтиром є не забезпечення високого рівня прибутку в короткостроковій перспективі, а створення умов для довгострокового розвитку. Розвиваються концепція і практика соціального підприємництва та імпакт-інвестування.

*[розроблено авторами]

Імпакт-інвестування (impact investment) – це тип інвестування, що здійснюється «в компанії, організації чи фонді з метою створення вимірюваної суспільної чи екологічної користі та отримання фінансової віддачі» (за версією Global Impact Investing Network). Це своєрідна гібридна модель, що органічно поєднує класичний бізнес, соціально відповідальну поведінку і філантропію [3, 6, 12, 14].

Програма ООН з розвитку (UNDP) визначає три головні принципи імпакт-інвестування: прибутковість (з нормою прибутку вищою чи нижчою за середню на даному ринку), здійснення позитивного впливу на суспільство або/та довкілля, зобов'язання оцінювати соціальні та екологічні результати інвестування відповідно до чинних критеріїв.

Імпакт-інвестиції не асоціюються із конкретними активами чи сектором бізнесу. За даними business.ua, за останні три роки ринок імпакт-інвестицій зріс на 50 млрд дол. США. Global Impact Investing Network свідчить, що за минулий рік 1,3 трлн дол. США – це загальний пакет імпакт-інвестицій. Імпакт-інвестиції розглядають як драйвери вартості бізнесу і здебільшого реалізують у формі культурних проектів, ревіталізації покинутих просторів, створення громадських просторових локацій, неформальних освітніх активностей тощо. Якщо соціальні підприємці генерують прибуток для створення можливості досягнення соціальних цілей, то імпакт-інвестори формулюють комбіновані цілі і розраховують на отримання фінансового і соціального результату інвестування одночасно.

Таким чином, глобалізація та пов'язане з нею загострення конкуренції, підвищення громадянської активності, зростаюча роль нематеріальних активів (репутація, бренд), конкуренція компаній за персонал індукують особливу увагу фірм до питань соціальної відповідальності і соціальної діяльності, стимулюють розвиток нових форм її реалізації. Об'єктами соціальних акцій стали умови життя населення, відпочинок співробітників, поліпшення інфраструктури міст тощо. КСВ є компонентом інтегрованого підходу до ефективного управління взаємодією зі стейкхолдерами, спрямованого на отримання і посилення конкурентних переваг.

Власники і топ-менеджери бізнесу розглядають сталий розвиток компаній, що поєднує економічні, соціальні та екологічні фактори, як інструмент зниження підприємницьких ризиків, зміцнення конкурентоспроможності, підвищення ефективності персоналу і прихильності споживачів, покращення репутації, створення внеску підприємницького сектору в економічний і соціальний розвиток територій своєї присутності. Тим самим формується сприятливе бізнес-середовище для реалізації довгострокових стратегій розвитку в контексті дотримання балансу інтересів зацікавлених сторін.

Структурно «корпоративна соціальна відповідальність» відображає економічні, юридичні, екологічні, етичні та філантропічні запити суспільства до бізнесу (рис. 1). Спосіб інтеграції наведених складових і завдань становить національну модель КСВ, що визначається рівнем розвитку економіки та культурною специфікою суспільства.

Сучасний підхід до реалізації КСВ ґрунтується на комбінації моральних цінностей, раціонального розрахунку та економічної доцільності й відображає вимоги до підприємств щодо дотримання певних стандартів не лише в економічній, а й соціальній та екологічній сферах, що означає урізноманітнення форм і проявів соціально відповідальної поведінки на різних рівнях та у сферах діяльності.

Комплексний характер концепції КСВ та її динамічний розвиток корелює з її різноманітними тлумаченнями на практиці [8, 9, 13, 17, 20]. Наведемо деякі з них:

1. КСВ – це концепція, відповідно до якої компанії добровільно вирішують забезпечувати внесок у покращення суспільства і чисте навколишнє середовище, інтегрувати соціальні та екологічні аспекти у бізнес-процеси підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами (Зелена книга Європейської комісії).

2. КСВ – це бізнес-підхід, що сприяє сталому розвитку суспільства через забезпечення економічних, соціальних та екологічних вигід всім стейкхолдерам (Financial Times).

3. КСВ – інтеграція бізнес-діяльності та взаємодії із зацікавленими сторонами із врахуванням соціальних та екологічних проблем, збалансування економічного, екологічного та соціального імперативу («Triple-Bottom-Line- Approach»), спрямоване одночасно на очікування власників та стейкхолдерів (ООН, Організація Об'єднаних Націй з промислового розвитку (UNIDO).

4. Міжнародна неприбуткова організація «Бізнес для соціальної відповідальності» (Business for Social Responsibility (BSR) визначає КСВ як «досягнення комерційних цілей з врахуванням етичних і ціннісних критеріїв, поваги до людей, суспільства і зовнішнього середовища».

5. Уніфікований варіант запропоновано у Міжнародному стандарті ISO 26000:2010 «Керівництво з соціальної відповідальності»: «соціальна відповідальність – відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на навколишнє середовище і суспільство через прозору та

етичну поведінку, яка сприяє: стійкому розвитку, включаючи здоров'я та благополуччя суспільства; враховує очікування стейкхолдерів; відповідає законодавству й міжнародним нормам; інтегрована у структуру компанії та її поведінку».

Рис. 1. Структура корпоративної соціальної відповідальності

Найбільшою ініціативою у царині КСВ є Глобальний договір ООН (UN Global Compact), спрямований на поширення і запровадження у бізнес-практику задекларованих 10 принципів етичної поведінки в сфері прав людини, трудових відносин, протидії корупції й охорони довкілля та 17 Цілей сталого розвитку [16]. Більше 9500 структур зі 162 країн є учасниками Глобального договору, що фактично є діалоговою платформою бізнесу, інвесторів, інституційних суб'єктів громадянського суспільства, профспілок, асоціацій роботодавців, органів місцевого самоврядування та уряду. Декларуючи наміри щодо покращення бізнес-практик і взаємодії із

стейкхолдерами, підписанти одночасно беруть на себе зобов'язання щодо оприлюднення результатів й складання відповідної звітності.

Розгляньмо основні напрями оцінювання корпоративної соціальної відповідальності відповідно до сучасного тлумачення її сутності і складових (табл. 2). Соціальна звітність дає конкретизоване і структуроване уявлення про соціально відповідальну діяльність бізнесу, включаючи і ті її прояви, що не підлягають кількісному вимірюванню.

Таблиця 2

Напрями оцінювання корпоративної соціальної відповідальності у соціальному звіті*

Напрями оцінювання КСВ	Зміст оцінювання КСВ
ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ	забезпечення робочих місць; національне виробництво; експорт продукції; сплата податків; відповідальність за продукт на всіх стадіях життєвого циклу; протидія корупції; протидія негативним наслідкам конкуренції
ЕКОЛОГІЧНА БЕЗПЕКА	екологічні інвестиції; оптимізація використання ресурсів; зменшення впливу підприємства на довкілля; утилізація та мінімізація відходів; застосування екологічних ресурсів
УМОВИ ПРАЦІ	відповідність міжнародним соціальним стандартам і нормативам; гідна оплата праці; навчання та розвиток персоналу; стандартизована система охорони праці та безпеки персоналу; працевлаштування інвалідів; здоров'я та безпека на робочому місці; гендерна рівність
СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ	освітні проекти; допомога соціально незахищеним прошаркам населення; сприяння відродженню духовності та історико-культурної спадщини; розвиток спорту; свобода асоціації та ведення колективних переговорів; умови використання дитячої праці; примусова або обов'язкова праця; права корінних і нечисленних народів

*авторська розробка за [2]

Нефінансовий (соціальний) звіт є одним із інструментів підвищення якості корпоративного управління та моніторингу сталого розвитку компаній, включаючи планування та оцінювання діяльності. Одночасно він є засобом підвищення прозорості діяльності фірми, поліпшення діалогу зі стейкхолдерами. Соціальна звітність підприємств відображає не тільки благодійні та спонсорські програми підприємства, але і будь-які інші соціально значущі аспекти її діяльності, які можуть спричинити суттєві наслідки для самої компанії, споживачів її продукції, акціонерів, контрагентів, інших зацікавлених осіб.

На сьогодні використовують низку міжнародних стандартів, згідно з якими вимірюють рівень КСВ підприємств, враховуючи комплексний характер даного напряму функціонування підприємницьких структур та сучасні запити суспільства (табл. 3) [2]. Інші, часто застосовувані міжнародні стандарти та індекси корпоративної соціальної відповідальності, – DJSI, Bench Marks, CPI – «Corporate Philanthropy Index», CRA – «Corporate Responsibility Audit», CRT, EII – «Econometric Impact Index», FTSE, EFQM – «Framework for Corporate Social Responsibility», SI.

Такі тенденції пояснюються спрощеним сприйняттям суб'єктами вітчизняного підприємницького сектору поняття «соціальна відповідальність» (як податкової дисципліни, філантропії, соціальних акцій тощо) та неготовністю до інформаційної транспарентності, надання зацікавленим сторонам всебічної інформації про бізнес-процеси та їхній вплив на зовнішнє середовище функціонування.

Таблиця 3

Основні міжнародні стандарти КСВ

Назва	Опис
AA 1000 – «Account Ability»	Встановлює порядок оцінки соціальної відповідальності, включає процедуру і набір критеріїв, дозволяє зробити оцінку успіху організації в економічній, екологічній, соціальній середовищах

Продовження табл. 3

GRI – «Global Reporting Initiative»	Найбільш повно охоплює діяльність компаній і найпоширеніший в світі стандарт соціальної звітності, описує економічний, соціальний і екологічний прогрес компанії
ISO 14000	Описує соціальну відповідальність корпорацій в дотриманні екологічних вимог на виробництві
SA 8000 – «Соціальний захист»	Розроблений Social Accountability International's, охоплює сферу вирішення наступних проблем: праця дітей, примусова праця, здоров'я і безпеку, свобода об'єднання і право на переговори про укладення колективного договору, дискримінація, дисциплінарні заходи, робочий час, оплата праці, системи управління. Успішно інтегрується до стандартів ISO 9001: 2000, ISO 14001: 2004, ISO 9001:2008, OHSAS 18001: 1999
ISO 26000:2010	Міжнародний стандарт ISO, який дає вказівки щодо соціальної відповідальності. Він призначений для використання організаціями усіх типів, у державному і приватному секторах, в розвинених країнах і країнах, які розвиваються, а також у країнах з перехідною економікою. Він допоможе їм побудувати роботу соціально відповідальним чином, чого усе більше вимагає суспільство. ISO 26000 містить добровільні рекомендації, а не вимоги, і тому не використовується в якості стандарту сертифікації, як управлінські стандарти ISO 9001:2008 та ISO 14001:2004.

В Україні лише 7 компаній у 2017 р. підготували звіти за комплексною системою GRI (табл. 4) [10].

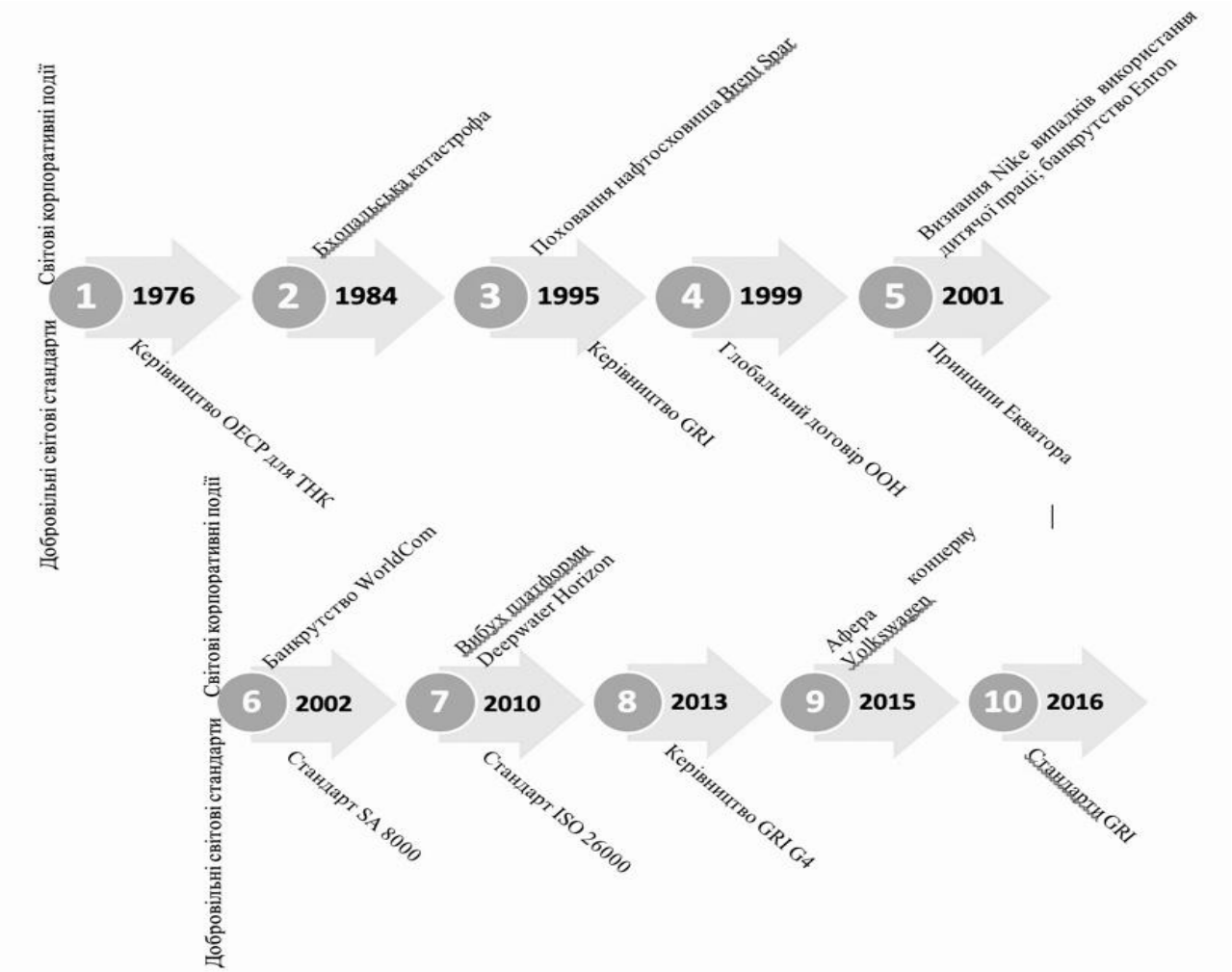

Рис. 3. Історія створення добровільних світових стандартів нефінансової звітності (розроблено авторами)

Інші – використовують для цього форми альтернативних стандартів (AA1000, Глобальний договір ООН). Стосовно динаміки кількості українських компаній, що звітують за стандартом GRI в період за 2008-2018 рр. слід зазначити такі тенденції: найбільшу кількість звітуючих фірм зафіксовано у 2012-2013 рр. – 11 на рік. Даний період можна назвати піком кількості компаній. До цього часу з 2008 р. по 2011 р. відбувалося поступове зростання показника. Після 2013 р. в кризовий період відбулося зниження кількості фірм, що подавали нефінансову звітність за стандартом GRI до 7-8 на рік. Стандартизація КСВ є методом регуляторного заохочення та об'єктивного оцінювання соціально відповідальних компаній на міжнародному та національному рівні, що дозволяє, з одного боку, уніфікувати показники, а з іншого, – виявити найбільш ефективні та перспективні види соціальної діяльності.

Таблиця 4

Українські компанії, що звітують за стандартом GRI

№	Міжнародна назва компанії	Сфера діяльності	Рік звітування
1	ArcelorMittal Ukraine	Вироби з металів	2012-2017
2	Astarta	Сільське господарство	2013-2018
3	BDO Ukraine	Інше	2011-2012
4	Carlsberg Ukraine	Продукти харчування та напої	2012, 2014, 2016
5	Coca-Cola Ukraine	Інше	2010, 2012, 2015, 2017
6	Dneprospetsstal	Вироби з металів	2011-2013
7	DTEK	Видобуток	2008, 2010
8	Ernst & Young Ukraine	Комерційні послуги	2011-2013, 2015, 2017
9	Galnaftogaz	Енергетика	2012-2017
10	Kernel	Сільське господарство	2015-2017
11	KPMG Ukraine	Інше	2014
12	Kyiv Star	Телекомунікації	2008-2013
13	Metinvest	Вироби з металів	2013
14	Mondelez Ukraine	Продукти харчування та напої	2014
15	Nemiroff	Інше	2011
16	Obolon	Продукти харчування та напої	2009-2010, 2012-2016
17	Platinum Bank	Фінансові послуги	2011-2013
18	SCM Group	Інше	2013
19	Unicredit Bank Ukraine	Фінансові послуги	2010, 2012-2017
20	ViDi Group	Логістика	2011
21	Volia	Телекомунікації	2015-2016

Джерело: [10]

Основними перевагами дотримання стандартів соціальної відповідальності на рівні компанії є такі [2]:

1. Удосконалення екологічних аспектів бізнес-процесів – ріст продуктивності й доходів.

2. Покращення корпоративної репутації, підвищення прихильності клієнтів і цінності бренда.

3. Доступність більш кваліфікованого та професіонального персоналу.

4. Вихід на нові ринки.

5. Ефективне управління ризиками – своєчасне прогнозування, оцінювання та реагування.

Дослідження офіційних звітів з КСВ виявило, що українські підприємці розглядають КСВ у її «вузькому значенні»: сплата податків, виконання встановлених законами зобов'язань перед державою та доброчинність [21]. Не набули широкого використання такі практики, як: урахування культурної специфіки споживача, використання системи соціального маркування продукції, зворотній зв'язок зі споживачами, надання інформації про якість і безпеку продукції, задоволення потреб споживачів, які мають спеціальні вимоги, моніторинг впливу на довкілля тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень. На сьогодні концепція і практика корпоративної соціальної відповідальності є достатньо «широкими», конкретний прояв яких визначається сферою діяльності, розміром компанії, очікуваннями суспільства в конкретний момент часу тощо. Нові напрями КСВ інституціалізувалися в корпоративні та промислові кодекси, мульти-ініціативи стейкхолдерів, стандарти приватних компаній, з відповідним моніторингом вимог і результатів. Фактично утворилися нові економічні і соціальні норми та виміри функціонування бізнес-структур.

КСВ в Україні перебуває в стадії становлення, розвиваються її нові форми і прояви, ускладнюється структура. Найактивнішими у цій сфері є представництва іноземних компаній, що реалізують сучасні світові принципи і стандарти, а також вітчизняні фірми, які удосконалюють свою діяльність на засадах концепцій управління якістю. Інформування щодо важливості соціально відповідальної поведінки компаній, просування найкращих практик щодо її реалізації та оцінювання сприятиме системному вдосконаленню управлінських процесів, що дозволить посилити довгострокову конкурентоспроможність через практики відповідального ставлення до своїх співробітників, споживачів та інших стейкхолдерів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васильчук І.П. Теоретико-методологічні засади й еволюція концепції соціально відповідального інвестування [Електронний ресурс]: БІЗНЕСІНФОРМ. 2015. № 1. С. 21-28. URL : http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2015-1_0-pages-21_28.pdf

2. Жосан Г.В., Савіна Г.Г. Соціальна звітність підприємств харчової промисловості // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Серія «Економічні науки» : зб. наук. праць. 2013. Вип. № 3 (63). С. 129-136.

3. Імпакт-інвестування: від $10 млрд до $228 млрд за три роки [Електронний ресурс]. URL : https://business.ua/spetsproekty/item/4009-impaktinvestuvannia

4. Комарницький І.Ф., Галушка З.І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством [Електронний ресурс]. URL : htpp://www.nbuv.ua/portal/soc_gum/znpen/2010_6/7_Social.pdf

5. Новий тренд – соціальне підприємництво [Електронний ресурс]. URL : https://partnership.globalcompact.org.ua/publication/3 2018-12-05

6. Попов Є. Імпакт-інвестиції як нове покоління бізнесу: 5 сфер, де бізнес змінює українські міста [Електронний ресурс]. URL : https://life.pravda.com.ua/columns/2019/01/11/235034/

7. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку / А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. К. : КНЕУ, 2012. 501 с.

8. Definition of corporate social responsibility (CSR) / Financial Times / Lexicon. [Електронний ресурс]. URL : http://lexicon.ft.com/Term?term=corporate-social-responsibility--(CSR)

9. Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс]. URL : europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf 2001 Comission of the European Communities 37 p.

10. GRI (Global Reporting Initiative) [Електронний ресурс]. URL : https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx

11. Growth. Sectors of the Social economy in the EU: Social enterprises. European Commission. [Електронний ресурс]. URL : https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en

12. Impact Investment [Електронний ресурс]. URL :

http://www.undp.org/content/dam/sdfinance/doc/Impact%20Investment%20_%20UNDP.pdf

13. ISO 26000 - Social responsibility [Електронний ресурс]. URL : https://iso26000.info/definitions/

14. Logue, D., McAllister, G. and Schweitzer, J. (2017) Social Entrepreneurship and Impact Investing Report. [Електронний ресурс]. URL : https://www.uts.edu.au/sites/default/files/article/downloads/UTS%20SEIII%20Research%20Report_2017.pdf

15. Mazurkiewicz, P. Corporate Environmental Responsibility: Is a Common CSR Framework Possible? [Електронний ресурс]. URL : https://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMSUSDEVT/Resources/csrframework.pdf

16. The world's largest corporate sustainability initiative [Електронний ресурс]. URL : https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc

17. Overview of Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс]. URL : http://www.bulentsenver.com/yeditepe/htm/BSR%20%BB%20Business%20for%20Social%20Responsibility%20-%20Overview%20of%20Corporate%20Social%20Responsibility-b.htm

18. Pandit, V., Tamhane, T. A closer look at impact investing [Електронний ресурс]. URL : https://www.mckinsey.com/industries/private-equity-and-principal-investors/our-insights/a-closer-look-at-impact-investing

19. Rothaermel, Frank T. Strategic management. Third edition. New York, NY : McGraw-Hill Education, 2017. 526 p.

20. What is CSR? [Електронний ресурс]. URL : https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr

21. Zinchenko A., Saprykina M. CSR Development in Ukraine 2010-2018 [Електронний ресурс]: Kyiv : Printing House 'Yuston', 2017. 52 p. URL : http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR_2017_reserch_en.pdf

REFERENCES

1. Vasylchuk, I.P. (2015). Teoretyko-metodologichni zasady j evolyuciya koncepciyi socialno vidpovidalnogo investuvannya [Theoretical and Methodological Bases, Evolution of the Conception of Socially Responsible Investing]. *BIZNESINFORM – BUSINESSINFORM, 1,* 21-28. Retrieved from http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2015-1_0-pages-21_28.pdf [in Ukrainian].

2. Zhosan, G.V., & Savina, G.G. (2013). Socialna zvitnist pidpryyemstv xarchovoyi promyslovosti [Social Reporting of Food Industry Enterprises]. Visnyk Nacionalnogo universytetu vodnogo gospodarstva ta pryrodokorystuvannya. Seriya «Ekonomichni nauky». Zbirnyk naukovyx pracz – Bulletin of the National University of Water Management and Nature Management. Series "Economic Sciences". Collection of scientific works, Vol. 3 (63), 129-136 [in Ukrainian].

3. Impakt-investuvannya: vid $10 mlrd do $228 mlrd za try roky [Impact-investing: from $ 10 billion to $ 228 billion over three years]. (n.d.). *www.business.ua* Retrieved from https://business.ua/spetsproekty/item/4009-impaktinvestuvannia [in Ukrainian].

4. Komarnyczkyj, I. F. & Galushka, Z. I. (2010). Socialna vidpovidalnist biznesu yak instrument upravlinnya suchasnym pidpryyemstvom [Social responsibility of business as a management tool for a modern enterprise]. *www.nbuv.ua* Retrieved from htpp://www.nbuv.ua/ portal/soc_gum/znpen/2010_6/7_Social.pdf [in Ukrainian].

5. Novyj trend – socialne pidpryyemnycztvo [A new trend is social entrepreneurship]. (n.d.). *www. partnership.globalcompact.org.ua* Retrieved from https://partnership.globalcompact.org.ua/publication/3 2018-12-05 [in Ukrainian].

6. Popov, Ye. (2019). Impakt-investyciyi yak nove pokolinnya biznesu: 5 sfer, de biznes zminyuye ukrayinski mista [Impact-investment as a new generation of business: 5 spheres where business changes Ukrainian cities]. (n.d.). *www. life.pravda.com.ua* Retrieved from https://life.pravda.com.ua/columns/2019/01/11/235034/ [in Ukrainian].

7. Kolot, A. M., Grishnova O. A. et.al. (2012). Socialna vidpovidalnist: teoriya i praktyka rozvytku [Social responsibility: the theory and practice of development]. A. M. Kolota (Ed.). Kiev: KNEU [in Ukrainian].

8. Definition of corporate social responsibility (CSR) / Financial Times / Lexicon / (n.d.). *www. lexicon.ft.com* Retrieved from http://lexicon.ft.com/Term?term=corporate-social-responsibility--(CSR)

9. Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility (n.d.). *www. europa.eu* Retrieved from europa.eu/rapid/press-release_DOC-01-9_en.pdf 2001 Comission of the European Communities 37 p.

10. GRI (Global Reporting Initiative) (n.d.). *www. globalreporting.org* Retrieved from https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx

11. Growth. Sectors of the Social economy in the EU: Social enterprises. European Commission (n.d.). *www. ec.europa.eu* Retrieved from https://ec.europa.eu/growth/sectors/social-economy/enterprises_en

12. Impact Investment (n.d.). *www. undp.org* Retrieved from http://www.undp.org/content/dam/sdfinance/doc/Impact%20Investment%20_%20UNDP.pdf

13. ISO 26000 - Social responsibility (n.d.). *www. iso26000.info* Retrieved from https://iso26000.info/definitions/

14. Logue, D., McAllister, G. and Schweitzer, J. (2017) Social Entrepreneurship and Impact Investing Report. Retrieved from https://www.uts.edu.au/sites/default/files/article/downloads/UTS%20SEIII%20Research%20Report_2017.pdf

15. Mazurkiewicz, P. Corporate Environmental Responsibility: Is a Common CSR Framework Possible? Retrieved from https://siteresources.worldbank.org/EXTDEVCOMSUSDEVT/Resources/csrframework.pdf

16. The world's largest corporate sustainability initiative (n.d.). www. unglobalcompact.org Retrieved from https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc

17. Overview of Corporate Social Responsibility (n.d.). www. bulentsenver.com Retrieved from http://www.bulentsenver.com/yeditepe/htm/BSR%20%BB%20Business%20for%20Social%20Responsibility%20-%20Overview%20of%20Corporate%20Social%20Responsibility-b.htm

18. Pandit, V., Tamhane, T. A closer look at impact investing (n.d.). www. mckinsey.com Retrieved from https://www.mckinsey.com/industries/private-equity-and-principal-investors/our-insights/a-closer-look-at-impact-investing

19. Rothaermel, Frank T. (2017) Strategic management. Third edition *New York, NY: McGraw-Hill Education*, 526.

20. What is CSR? (n.d.). *www. unido.org* Retrieved from https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr

21. Zinchenko A., Saprykina M. (2017) CSR Development in Ukraine 2010-2018 Kyiv: Printing House 'Yuston', 52. Retrieved from http://csr-ua.info/csr-ukraine/wp-content/uploads/2018/10/CSR_2017_reserch_en.

УДК 338.24:658.152:621
JEL M31, C13,C38, C53

KOVAL Z.O.,
PhD. Econ. Sciences, Associate Professor, Lecturer
Department of Accounting and Analysis
Lviv Polytechnic National University,
Bandera street, 12, Lviv, Ukraine, 79013
E-mail: zoriana.o.koval@lpnu.ua
ORCID: 0000-0002-0175-6163

EVALUATION OF EFFICIENCY OF MARKETING STRATEGIES OF ENTERPRISES BY FACTOR ANALYSIS METHODS

Topicality. *The urgency of the article is explained by the need for an objective assessment of the effectiveness of the marketing strategy, which would enable the company not only to compete effectively in the market, but also to influence the duration and variability of life cycles of both the enterprise itself and its products. Marketing strategy is the main tool for ensuring ocompliance between the internal environment of the enterprise, its potential and the requirements of the environment. The diverse nature of these requirements creates significant barriers for their accurate and reliable identification and accountability. As these requirements are set according to future (expected) characteristics of the environment, the important task is to predict and foresight them. To assess the reality of such forecasts and to investigate the possibility of different types of risks to implement the strategy - one of the most important tasks, the solution of which will depend on the reaction of the company to the factors of the environment in the long run, that is, the effectiveness of its marketing strategy. The use of factor analysis methods allows to get maximum consideration of the influence of factors on the effectiveness of the marketing strategy of the enterprise.*

Aim and tasks. *The purpose of the article is to search and adapt the methods of factor analysis to their application in the field of assessing the effectiveness of marketing strategy to maximize their qualitative and quantitative characteristics of factors and obtain reliable results. The tasks, which realize the stated purpose, are the research of a wide spectrum of methods and models of factor analysis, estimation of possibilities of their application in the chosen sphere, analysis of the advantages and disadvantages received.*

Research results. *The result of the study is the choice and adaptation of methods and models of factor analysis for application in the field of evaluation of the effectiveness of marketing strategy, as well as an analysis of the advantages and disadvantages that the enterprise will receive from this.*

The proposed methods will allow to evaluate the effectiveness of marketing strategies of enterprises by indicators of the amount of resources involved to implement the strategy and the speed of obtaining the desired result. The application of the proposed methodology provides significant advantages at the stage of perspective analysis for the development and selection of an optimal marketing strategy. At the final stage of the retrospective analysis, namely at the stage of evaluating the effectiveness of the strategy after its implementation, methods are more effective, which will allow to detect the mistakes made at the stages of its development and implementation, in order to take them into account in the future period.

Investigating the possibilities of using of factor analysis methods in the case of stochastic dependencies between the indicators characterizing the influence of environmental factors on the efficiency of the marketing strategy of the enterprise, it was possible not only to design the corresponding models, but also to evaluate the influence of these factors and the relationship between them.

Conclusion. *The proposed methodological approaches allow us to assess the effectiveness of a marketing strategy that fully takes into account the diverse and multi-directional effects of rapidly changing environmental factors, to analyze the possible results before they are received and to compare them with the volumes of planned resources for use, to assess the level of achievement of the strategic goal, reliability and flexibility of the strategy, its ability to reorganize and develop. The prospect for further research is the formulation of methodological approaches to determining the required level of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy of the enterprise, the value of which would be able to predict the main performance indicators of the enterprise.*

Keywords: *efficiency of marketing strategy of the enterprise, methods of factor analysis of efficiency, influence of factors of external and internal environments, deterministic and stochastic models of determination of marketing strategy effectiveness.*

КОВАЛЬ З.О.,
К-т екон. наук, доцент кафедри обліку та аналізу
Національний університет «Львівська політехніка»,
Вул. С. Бандери, 29, м. Львів, Україна, 79013
E-mail: zoriana.o.koval@lpnu.ua
ORCID: 0000-0002-0175-6163

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕТОДІВ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ

Актуальність. *Актуальність статті пояснюється потребою об'єктивного оцінювання ефективності маркетингової стратегії, яка дала б змогу підприємству не тільки результативно конкурувати на ринку, але й впливати на тривалість і змінність життєвих циклів як самого підприємства, так і його продукції. Маркетингова стратегія – основний інструмент забезпечення відповідності між внутрішнім середовищем підприємства, його потенціалом і вимогами зовнішнього середовища. Різноплановість цих вимог створює істотні перепони для їх точного і достовірного визначення та врахування. Оскільки ці вимоги встановлюються згідно майбутніх (очікуваних) характеристик зовнішнього середовища, то постає важливе завдання: їх передбачити і спрогнозувати. Оцінити реальність таких прогнозів і дослідити можливості виникнення різного типу ризиків реалізації стратегії – ще одне з найважливіших завдань, від вирішення якого залежатиме реакція підприємства на фактори зовнішнього середовища у довгостроковій перспективі, тобто ефективність його маркетингової стратегії. Застосування методів факторного аналізу дає змогу отримати максимальне врахування впливу факторів на ефективність маркетингової стратегії підприємства.*

Мета та завдання*. Метою статті є пошук та адаптація методів факторного аналізу до застосування їх у сфері оцінювання ефективності маркетингової стратегії для максимального врахування їх якісних і кількісних характеристик факторів та отримання достовірних результатів. Завданнями, які реалізують зазначену мету, є дослідження широкого спектру методів і моделей факторного аналізу, оцінювання можливостей їх застосування в обраній сфері, аналіз отриманих переваг та недоліків.*

Результати. *Результатом дослідження є вибір і адаптація методів і моделей факторного аналізу для застосування у сфері оцінювання ефективності маркетингової стратегії, а також аналіз переваг та недоліків, які отримає підприємство від цього.*

Запропоновані методики дадуть змогу оцінити ефективність маркетингових стратегій підприємств за показниками обсягу залучених ресурсів для реалізації стратегії та швидкості отримання бажаного результату. Застосування запропонованої методики надає істотні переваги на етапі перспективного аналізу для розробки і вибору оптимальної маркетингової стратегії. На завершальному етапі під час ретроспективного аналізу, а саме на етапі оцінювання ефективності стратегії після її реалізації, більш дієвими є методи, які дадуть змогу виявити допущені помилки на етапах її розроблення і впровадження, з метою їх врахування у майбутньому періоді.

Дослідження можливостей застосування методів факторного аналізу у випадку стохастичних залежносте між показниками, що характеризують вплив факторів зовнішнього середовища на ефективність маркетингової стратегії підприємства, дало змогу не тільки спроектувати відповідні моделі, але й оцінити вплив цих факторів та взаємозв'язок між ними.

Висновки. *Запропоновані до використання методичні підходи дають змогу оцінити показник ефективності маркетингової стратегії, який повною мірою враховує різнопланові та різноспрямовані впливи швидкозмінних факторів зовнішнього середовища, проаналізувати можливі результати ще до їх отримання і співставити їх з обсягами запланованих для використання залучених ресурсів, оцінити рівень досягнення стратегічної мети, надійність та гнучкість стратегії, її здатність до реорганізації та розвитку. Перспективою для подальших досліджень є формулювання методичних підходів до визначення необхідного рівня показника ефективності маркетингової стратегії підприємства, значення якого дало б змогу спрогнозувати основні показники ефективності діяльності підприємства.*

Ключові слова*: ефективність маркетингової стратегії підприємства, методики факторного аналізу ефективності, впливи факторів зовнішнього і внутрішнього середовищ, детермінована та стохастична моделі визначення ефективності маркетингової стратегії.*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. The marketing strategy of the company is the main tool for ensuring compliance between the internal environment of the enterprise, its potential and the requirements of the environment. The diverse nature of these requirements creates significant barriers for their accurate and reliable identification and accountability. As these requirements are set according to future (expected) characteristics of the environment, the important

task is to predict and foresight them. To assess the reality of such forecasts and to investigate the possibility of different types of risks to implement the strategy - one of the most important tasks, the solution of which will depend on the reaction of the company to the factors of the environment in the long run, that is, the effectiveness of its marketing strategy. The research of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy will not only provide the company with the choice of an optimal long-term plan of effective actions that are necessary to ensure its strategic development, but will also enable those factors that influence will be decisive in many factors of the external and internal environment.

The efficiency indicator evaluation creates significant opportunities for the enterprise, since it allows to analyze the possible results before they are received and compare them with the volumes of resources planned for use. The need to take into account all internal and external factors at the stage of strategy development maximizes the role of a perspective analysis of these factors and the interconnection between them. The application of factor deterministic or stochastic analysis methods will provide an opportunity to get the predicted effectiveness of the marketing strategy. In the retrospective analysis it is equally important to compare the results with the goals and expenses of different types of resources, indicators of reliability and competitiveness, dynamism of development and the possibility of reorganization.

In general, the role and significance of factor analysis methods in strategic planning practice is due to the fact that their application allows not only to predict certain indicators but also to evaluate the obtained indicator characterizing the activity that has already taken place. Significant opportunities in the formation and selection of optimal strategy are provided by the use of methods of trend comparison, linear and non-linear programming, etc. However, the use of factor analysis methods enables to combine quantitative and qualitative evaluation criteria, as well as to finally evaluate the effectiveness of the marketing strategy in quantitative and qualitative interpretation.

Analysis of recent publications on the problem. The research of strategic indicators of the activities of enterprises is devoted to the work of foreign and domestic scientists such as Aaker D.A., Ansoff I.H, Barancheev V.P., Volodkin M.V, Gordienko P.L., Kirichenko O.S., Kindratska G.I. Kovalchuk M.I., Levika I.S., Mizyuk B.M., Mnych O.B., Parasi-Vergunenko I.M., Pastukhova V.V., Podolchak N.Yu., Raikovskaya I.T., Redchenko K.I., Striklenda A.J., Thompson A.A., Utkina E.A., Shershnyova Z.Ye., Chukhra N.I. and others. Most of the aforementioned scientists reasonably believe that it is impossible to select an optimal strategy without a selection of criteria and a detailed analysis of alternative options according to these criteria. Such an analysis is considered to be the basis for the correct choice of strategy [1-2, 5-8, 10, 12, 15]. Others believe that the purpose of strategic analysis is to transform the information obtained from the analysis of the environment into the strategy of the enterprise [4, 9, 13]. However, how it should take place and how to turn information about the external environment into a strategic plan of action is not mentioned. Determination of the strategic direction of the development of marketing activities of the enterprise in all these works is considered an important process, the effectiveness of which will depend on the implementation of the purpose of the enterprise and the fulfillment of his mission.

A distinctive feature of the provisions set forth in foreign works on the subject is the perception of the effectiveness of marketing strategy, as a generalization indicator, characterizing the long-term result from the attraction of funds in marketing activities, the consequence of increasing competitiveness and profitability of the enterprise. The research of the effectiveness indicator is considered inappropriate without an analysis of investing in marketing activity. Is the effect of this particular factor decisive, how close is the relationship between it and the indicators of the effectiveness of the marketing strategy, or are there other interactions of factors? What form and character is the relationship between these indicators in different stages of the company's life cycle? As you can see, a number of questions remain unanswered. That is why the chosen topic is relevant and requires further research.

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. The need for an objective evaluation of the effectiveness of a marketing strategy that would enable an enterprise not only to compete effectively in the market, but also to influence the duration and variability of life cycles of both the enterprise itself and its products, indicates the relevance of the chosen topic.

Accordingly, the important task is: to evaluate the effectiveness of the marketing strategy with maximum consideration of the effects of factors, to assess the existence of the relationship of factors with the performance indicator, its nature and density, to determine this form of relationship, to group factors according to these characteristics, to investigate the change in the effectiveness of marketing strategy as a result of changes in these factors.

Formulation of research objectives (problem statement). The purpose of the study is to search and adapt the methods of factor analysis to their application in the field of assessing the effectiveness of marketing strategy to maximize their qualitative and quantitative characteristics of factors and obtain reliable results. The tasks, which realize the stated purpose, are the research of a wide spectrum of methods and models of factor analysis, estimation of possibilities of their application in the chosen sphere, analysis of the advantages and disadvantages received.

An outline of the main results and their justification. The method of applying deterministic factor analysis methods to analyzing the effectiveness of marketing strategies is simple enough to use and fully based on a well-established relationship between factors and performance. Such an addiction can be represented in an additive form (as an algebraic sum of various types of performance indicators (economic, organizational and social) that form an integral indicator of the effectiveness of a marketing strategy):

$$EF_{ms} = EF_{economic} + EF_{organizational} + EF_{social}\ , \tag{1}$$

where EF_{ms} - overall indicator of the effectiveness of the marketing strategy;

$EF_{economic}$ - economic component of the effectiveness of marketing strategy;

$EF_{organizational}$ - organizational component of the effectiveness of marketing strategy;

EF_{social} - social component of the effectiveness of marketing strategy.

The multiplicative relationship between the factors and the effectiveness of the marketing strategy should be presented as:

$$EF_{ms} = I * P\ , \tag{2}$$

where I - the importance of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy;

P - indicator of the effectiveness of the marketing strategy.

The multiple dependence between the factors and the effectiveness of the marketing strategy should be presented as:

$$EF_{ms} = R / C, \tag{3}$$

where R - expected result of application of marketing strategy;

C – cost of the attracted resources for the implementation of the strategy.

The mixed relationship between factors and the effectiveness of a marketing strategy should be presented as:

$$EF_{ms} = (EF_{economic} + EF_{organizational} + EF_{social}) / C, \tag{4}$$

For research aforementioned models it is enough to use one of the methods of the elimination method (for example, by the method of chain substitutions or the integral method). However, the methods of deterministic factor analysis do not allow to evaluate the entire spectrum of factors of direct and indirect influence of the environment, to assess the adequacy of the response to them by the enterprise through the resources involved and the implementation of appropriate corrective measures.

Since environmental factors in most cases have a random and rapidly changing nature, in order to analyze their impact on the effectiveness of the marketing strategy, it would be advisable to choose the stochastic relationship between the indicators that characterize this effect and are the result of this effect. Establishing the fact of the relationship between the factors and the indicator, representing the result, as one of the primary tasks of the use of stochastic analysis. If this fact is confirmed, then the next task is to find out its density.

The advantage of using stochastic analysis in the study of the effectiveness of marketing strategies is the ability to study the indirect relationships between indicators. Therefore, this analysis often serves as a tool for deepening the results of deterministic analysis of factors that cannot be combined into a deterministic model.

The expediency of the use of stochastic analysis to assess the effectiveness of marketing strategies is conditioned by the need to study the influence of factors external and internal environment, which is

inherent:

- uncertainty of indicators characterizing the influence of factors;
- a significant part of the indicators is measured only by approximated values;
- complete lack of deterministic connection between indicators;
- indicators cannot be combined in one deterministic model;
- qualitative character of indicators, which is difficult or impossible to express with the help of certain quantitative indicators.

Another important advantage of using stochastic systems in the field of marketing strategy research in forecasting future indicators is that they are built on the basis of calculation of probability in sequential time segments. The main condition for the construction of such systems is the dependence of a particular state or reaction in the present period on the states achieved in previous periods, which can be considered as incentives for possible states in future periods.

The main objectives of the use of stochastic analysis of interrelations in assessing the effectiveness of marketing strategies are:

- study of the availability, direction and intensity of the relationship between the indicators characterizing the selected factors and the effectiveness of marketing activities;
- assessment of qualitative factors that have a determining influence on the effectiveness of marketing strategy;
- construction of a model of the stochastic dependence of factors and indicator of the effectiveness of marketing strategy.

To examine the density of the relationship between two or more independent indicators will allow a correlation analysis. Exploring the nature of the relationship between the random factor and the indicator of the effectiveness of the marketing strategy is advisable by constructing the regression line. To study the dependence of performance indicators on the influence of one or more factors in order to identify the most important and study the structure of this value, use the tools of dispersion analysis.

It should be noted that the use of stochastic analysis to assess the effectiveness of marketing strategies requires the following conditions:

- presence of a certain set of measurements, that is, it must be possible to re-measure the parameters of the same indicator in different conditions;
- construction of a real system of stochastic interconnections requires the coincidence of the quantitative characteristics of the ties between the factors for each measurement;
- quantity of measurements, which provides a sufficient level of objectivity of the results of analysis;
- reliability of the information on the indicators, the accuracy of their calculation and measurement;
- formation of the model on the basis of quantitative analysis of the initial data.

Since the factors affecting the effectiveness of the marketing strategy are quite large, the main problem of constructing a stochastic system in this case is to determine the type of analytic function that reflects the structure of the relationship of the indicator of efficiency with factor indicators. Since the relationship between the variables in the factor system is no longer in each case, but in the aggregate of the same cases, it is reflected in the change in the average values. These links are investigated using correlation-regression analysis. Its use in the study of the effectiveness of marketing strategies will allow the evaluation of indicators to identify the relationship between them, establish with a correlation coefficient its density, as well as determine the analytical form of this connection using the regression equations.

The use of correlation analysis in the research of the effectiveness of marketing strategies enables to determine changes in the indicator of the effectiveness of marketing strategies under the influence of one or more factors, as well as the relative level of dependence of this indicator on each factor and the role of each factor in the formation of the indicator. After establishing a connection between the indicators, the general nature of this connection should be determined.

The application of correlation-regression analysis in the field of evaluating the effectiveness of marketing strategies will enable the following tasks to be implemented:

- to determine the change in the performance indicator under the influence of one or more factors (how much will this indicator change when the factor is changed per unit;
- the establishing of the relative level of dependence of the indicator of the effectiveness of marketing strategy on each factor;
- assessment of the nature and density of the relationship between the indicators that characterize the

factors and indicator of the effectiveness of marketing strategy.

It should be noted that the relationship between the indicators that represent the factors and effectiveness of the marketing strategy, can take the following forms:

- factor is directly related to the efficiency indicator;
- indicator of the effectiveness of the marketing strategy is determined by a set of factors;
- one factor induces a change in several performance indicators at once (for example, the effectiveness and competitiveness of a marketing strategy).

To evaluate the effectiveness of marketing strategies, it is advisable to use both single-factor and multi-factor models. It is logical that in the case of the first study, one-factor correlation-regression analysis is used, the important characteristic of which is the regression line, that is, the graphical representation of the regression equation, which is used to express the relationship between the size of the indicator-factor and the effective indicator in a typical condition under certain conditions.

In the case of applying a one-factor model to study the effectiveness of marketing strategies, it is advisable to use the equation of pair regression - a function that binds the mean of the factor and the efficiency indicator:

$$EF_{ms} = f(x) + \xi, \tag{5}$$

where $f(x)$ - regression line;

ξ - the residual component (random variable), whose value is determined by the action of other factors and is equal to the sum of the explained and unexplained variation, does not depend on the chosen factor x and is defined as $\sum(E\phi_{мс} - \overline{E\phi_{мс}})^2$.

The determination coefficient characterizing the correlation of the explained variation, which is determined by the linear regression equation, and the total, shows how the variation of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy is due to variations in the factor. A significant disadvantage is that its value does not reflect the link between the investigated indicators.

In the case of a linear form of communication, the efficiency indicator varies evenly under the influence of the indicator factor, so it can be represented as a straight line equation:

$$y = a\,x + в, \tag{6}$$

where y - smoothed average value of the result (efficiency indicator);

x - factor indicator,

a and $в$ - parameters of the regression equation.

Parameter a, being a regression coefficient, indicates how the indicator of the effectiveness of the marketing strategy changes as a result of the factor x change per unit. Its positive meaning means a direct connection between the indicators, and the negative - the connection between the indicators is inverse. Free member of regression, parameter in characterizes the value of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy, if the influence of the factor is terminated. These parameters can be determined by the least squares method, solving the system of equations:

$$\begin{cases} nb + a\sum x = \sum y \\ b\sum x + a\sum x^2 = \sum xy \end{cases}, \tag{7}$$

where n - number of members in each of the two comparable rows.

The regression coefficient is a dimensionless variable that varies from -1 to +1. If the parameter a is zero, then the relationship between the indicators is not linear (non-linear dependency is not excluded).

If |a| close to one, then the linear relationship between the indicators is more dense and the probability of the existence of a linear relationship between them is reduced.

The obtained values of the regression parameters enable to calculate partial correlation coefficients between the indicator of the effectiveness of the marketing strategy and the factors by excluding the influence of all other factors. Calculating the value of a, it is expedient to calculate the elasticity coefficient. This indicator characterizes the percent change in the effective indicator in the case of a change in the factor of 1 %.

The technology of applying one-factor correlation-regression analysis to assess the effectiveness of a marketing strategy involves the following sequence of steps:

1) evaluation of the relationship between the factor and the indicator of the effectiveness of the marketing strategy by building a correlation field;

2) calculation of the correlation coefficients a and in according to the measurements of the factor;

3) formation of the regression equation (the relationship between the factor and the indicator of the effectiveness of the marketing strategy);

4) calculation of the error of the regression coefficients and the approximation coefficient, in order to evaluate the regression equation for inapplicability for analysis and forecasting;

5) analysis of the relationship between the factor and the indicator of the effectiveness of the marketing strategy using the correlation coefficient (the closer it is to 1, the less the role of factors not taken into account in the model and the more reason to conclude that the model is complete and adequately describes the investigated efficiency indicator, and found in such the way secondary factors are rejected) and the determination coefficient characterizing the completeness of the factor's influence;

6) calculation of the coefficient of elasticity between the factor and the indicator of the effectiveness of the marketing strategy.

One of the main benefits of correlation-regression analysis is the ability to estimate the level of relationship density between the factor and the indicator of the effectiveness of the marketing strategy, their orientation and forms. Since the factor has the ability to positively influence some indicators, it negatively affects others.

Since it is obvious that the effectiveness of a marketing strategy affects not only one, but several interrelated factors, their impact on the performance indicator is complex, and can not be determined simply by the sum of isolated effects.

In this case, it is expedient to use multivariate correlation-regression analysis for its evaluation of methods, which, in contrast to the one-factor analysis, takes into account the effect on the predicted index of the aggregate of factors, that is, it is used for the study of multiple regressions (the relationship between the indicators, which include more than one independent variable). In tact, one can estimate the magnitude of the influence on the effective index of each of the factors introduced in the model with a fixed mean of other factors. However, the condition for the absence of a functional link between factors must be preserved.

Multi-factor correlation-regression analysis allows you to formulate an expression that represents the relationship between factors and the indicator of the effectiveness of the marketing strategy, that is, the function of the type:

$$EF\ ms = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n). \tag{8}$$

On the basis of these factors, one can determine the indicator of the effectiveness of a marketing strategy, as a function of several variables, which, however, better than others, reflects the real relationships between the investigated indicators. These relationships between indicators can be represented as the equation of multiple linear regression:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n, \tag{9}$$

where y - estimated values of the effective indicator (effectiveness of the marketing strategy);

$x_1, x_2, \dots, x_n$ - value of factors;

$a_0, a_l, a_2, \dots, a_n$. Equation parameters that can be computed by the least squares method.

The given parameters of the linear model characterize the marginal increase of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy, depending on the marginal increase of each factor per unit, provided the sustainability of other factors. These parameters indicate the level of influence of the relevant factor. The specified parameters of the equation are calculated by the least squares method. Regarding the free term of the equation of multiple regression, it has no economic meaning.

It should be noted that it is practically impossible to visualize the links between the indicators in the multivariate model in order to substantiate the form of communication. This task can be implemented by selecting a different type of function. However, significant advantages in this case is that any function of many variables can be reduced to a linear form by logarithm or replacement of variables.

Thus, the regression equation of the relationship between the selected indicators of market share, the level of expenses for marketing strategy implementation, consumer demand, the number of competitors in the market and the indicator of the effectiveness of marketing strategy can be represented as:

$$y = 0{,}37 - 1{,}29x_1 - 0{,}85x_2 - 0{,}12x_3 \tag{10}$$

The practical application of the developed model involves assessing the effectiveness of the marketing strategy of the enterprise, determining the influence of factors on the change of this indicator, identifying reserves for its improvement, planning and forecasting its level.

If the results of the evaluation are not quantitative measurements, as in the case of the study of certain criteria of the effectiveness of the marketing strategy (creativity, reliability, flexibility, ability to reorganize, etc.), then it is expedient to use a variance analysis, which allows to estimate the rate, depending on various simultaneously acting factors, to make a choice of the most important of them, to evaluate their influence and to establish the structure of the connection between them and this indicator.

It is the result of the use of the dispersion analysis to answer the question about the significance or the insignificance of the factors influence on the efficiency indicator of the marketing strategy. It is important that the dispersion analysis is particularly effective in the study of several factors, since each study is the basis for simultaneous evaluation of the impact of all factors and their interaction. This feature, in contrast to the elimination method, which is based on the gradual study of each particular factor for the unchangeability of others, allows us to evaluate the interaction of factors while simultaneously changing them.

Since the dispersion analysis consists in the allocation and evaluation of the factors causing change in the investigated quantity, its method is reduced to the expansion of the sum of squares of the deviations of the investigated values of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy from the general average to the individual parts, which determine the change in this indicator.

Characteristics of the connection between the investigated factors and the indicator of the effectiveness of the marketing strategy can be estimated by determining the determination coefficient, which characterizes the level of influence of the factor on the formation of general changes in the efficiency index and is defined as the ratio of the intergroup variance to the total. To test the hypothesis of equality of group average is expedient using a statistical criterion. In the case of non-confirmation of such a hypothesis for a factor at the selected level of significance with a given confidence probability, the effect of this factor is considered significant. In this case, the part of the overall variance is determined by the variation of the significant factor, and its value is equal to the particle of the intergroup variance, which falls on the factor whose influence is analyzed. It is expedient to confirm or reject the existence of a pair or combination of factors by determining the proportion of the total dispersion associated with such interaction, subject to the effect of two or more factors, if their mutual condition is assumed. The analysis of the relationship between the investigated indicators in this case should be done using the determination coefficient.

So, as we see, despite all the complexity of calculations, the formation and research of the model of the relationship between the indicators in the case of factor stochastic analysis, the results of its application are practical, which creates the possibility of their use in determining the effectiveness of the marketing strategy of enterprises.

Conclusions and perspectives of further research. The use of factor analysis methods to solve practical problems in order to investigate the effectiveness of marketing strategies of enterprises is of great importance as the results of this are:

- Significant deepening of the analysis by establishing the place and role of each factor in shaping the effectiveness of the marketing strategy;
- deepening the knowledge of the interconnection and mutual influence of the factors presented in the factor model, the nature and form of these ligaments;
- assessment and identification of certain regularities of the factors influence on the formation of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy;
- accurate, detailed and objective evaluation of the results of marketing strategy implementation and the definition of hidden reserves for improving these results.

The result of the research is the choice and adaptation of methods and models of factor analysis for application in the field of evaluation of the effectiveness of marketing strategy, as well as an analysis of the advantages and disadvantages that the enterprise will receive from this.

The proposed methods will allow to assess the effectiveness of marketing strategies of enterprises by the indicators of the amount of resources involved in implementing the strategy and the timing of obtaining the desired result. The application of the proposed methodology provides significant advantages at the stage of perspective analysis for the development and selection of an optimal marketing strategy. At the final stage of the retrospective analysis, namely at the stage of evaluating the effectiveness of the strategy after its implementation, methods are more effective, which will allow to detect the mistakes made at the stages of its development and implementation, in order to take them into account in the future period.

Investigating the possibilities of the using of factor analysis methods in the case of stochastic relationships between the indicators characterizing the influence of environmental factors on the effectiveness of the marketing strategy of the enterprise, allowed not only to design the relevant models, but also to evaluate the influence of these factors and the interrelation between them.

The proposed methodological approaches allow us to assess the effectiveness of a marketing strategy that fully takes into account the diverse and multi-directional effects of rapidly changing environmental factors, to analyze the possible results before they are received and to compare them with the volumes of planned resources for use, to assess the level of achievement of the strategic goal, reliability and flexibility of the strategy, its ability to reorganize and develop. The prospect for further research is the formulation of methodological approaches to determining the required level of the indicator of the effectiveness of the marketing strategy of the enterprise, the value of which would be able to predict the main performance indicators of the enterprise. It is assumed that on the basis of the proposed provisions, a multifactorial model for assessing the effectiveness of marketing strategies of enterprises will be developed and practically implemented in the future, which, due to its versatility, will enable them to react effectively to the fast-changeability of the external environment in real-time.

ЛІТЕРАТУРА

1. Liozu S. M., Hinterhuber A. Pricing orientation, pricing capabilities, and firm performance // Management Decision. 2013. № 51(3). P. 594-614.

2. Malhotra N.K., Birks D., Wills P. Marketing research: Applied approach (4th ed.) // New York : Pearson. 2012.

3. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України: оф. веб-сайт. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ 2013/pr/orp/orp_u/orp1018_u.htm

4. Крикавський Є.В., Чухрац Н.І. Промисловий маркетинг: Підручник. 2-ге вид. Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2005. 472 с.

5. Мальчик М.В., Попко О.В., Толчанова З.О. Маркетингові дослідження інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств // Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy: Collective monograph. Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2015. p.207-212.

6. Гохберг Л. Будущее как стратегическая задача // Форсайт. 2016. № 1. С. 14-21.

7. Ben R. Martin. Technology foresight in a rapidly globalizing // International Practice in Technology Foresight. Vienna : UNIDO. 2002. P. 14-16.

8. Андрєєва Н.М., Зіньковська Д.В. Діагностика маркетингової політики як інструмент антикризового управління підприємствами України // Управлінська, фінансова та маркетингова діяльність підприємств в умовах нестійкої економіки: монографія / за заг. ред. К.Ф. Ковальчука – Дніпропетровськ : Пороги, 2016. С. 472-480.

9. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком. Київ : КНЕУ, 2000. 292 с.

10. Момот О.І., Демченко А.О. Про сутність понять «ефективність» та «результативність» в економіці // Економічний вісник Донбасу. 2013. № 3 (33). С. 207-210.

11. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.1. / ред. кол. : Мочерний С.В. (відп. ред.) та ін. К. : Вид. центр «Академія», 2002. 864 с.

12. Чухрай Н.І., Новаківський І.І. Застосування методів логістики і проектного менеджменту для побудови моделі управління бізнес-процесами в мережі // Вісник НТУ «ХПІ». 2016. № 2 (1174). С. 3-8.

13. Osborne J. W. Best practices in logistic regression. // Thousand Oaks: Sage Publications. 2014.

14. Коваль З.О. Поняття і сутність ефективності маркетингових стратегій вартісно-орієнтованих підприємств // Вісник Національного університету „Львівська політехніка” «Менеджмент і підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2012. № 722. 2012. С. 99-104.

15. Маркетингові показники: Більше 50 показників, які важливо знати кожному керівнику / Поль У. Ферріс, Нейл Т. Бендл, Філіп І. Пфайфер, Девід Дж. Рейбштейн ; пер. з англ ; за наук. ред. І. В. Тараненко. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2009. 480 с.

16. Accounting and analytical support of the management system of an enterprise: collective monograph / Edited by: prof. A. Zahorodniy and prof. H. Ronek. Lviv : Publishing House of Lviv Polytechnic, 2014. 308 p.

17. Koval Z.O. Evaluation indicators of the marketing strategies efficiency of value-based enterprises // Economics, entrepreneurship, management. 2016. Vol. 3, Num. 1. C. 35-40.

REFERENCES

1. Liozu S. M.&Hinterhuber A. (2013). Pricing orientation, pricing capabilities, and firm performance. Management Decision, 51(3), 594-614. [in English].

2. Ma lhotra N. K., Birks D.&Wills P. (2012). Marketing research: Applied approach (4th ed.). New York : Pearson. [in English].

3. Obsiah realizovanoi promyslovoi produktsii za vydamy diial'nosti [Volume of industrial products sold by10 type of activity] www.ukrstat.gov.ua. Retrieved from: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ 2013/pr/orp/orp_u/orp1018_u.htm [in Ukrainian].

4. Krykavskyi, Ye.&Chukhrai, N. (2005). Promyslovyi marketynh [Industrial Marketing]. Lviv : Publishing house «Lvivska Polytechnika» [in Ukrainian].

5. Malchyk, M.V.&Popko, O.V.,&Tolchanova, Z.O. (2015). Marketynhovi doslidzhennia innovatsiinoi diialnosti vitchyznianykh promyslovykh pidpryiemstv [Marketingresearches of innovation activity of domestic industrial enterprises]. Economic efficiency of business in the conditions of unstable economy: Collective monograph, 207-212. Retrieved fromhttp / ecofin.at.ua/monografy_01_2015.pdf [in Ukrainian].

6. Hokhberh, L. (2016). Budushchee kak stratehycheskaia zadacha [The Future as a strategic objective]. Forsait – Foresight, 1, 14–21 [In Russian].

7. Ben, R. Martin (2002).Technology foresight in a rapidly globalizing. International Practice in Technology Foresight, 2002, 14-16 [in English].

8. Andrieieva N.M., Zinkovska D.V. (2016) Diahnostyka marketynhovoi polityky yak instrument antykryzovoho upravlinnia pidpryiemstvamy Ukrainy [Diagnostics of marketing policy as a tool of crisis management enterprises of Ukraine]. Upravlinska, finansova ta marketynhova diialnist pidpry iemstv v umovakh nestiikoi ekonomiky: monohrafiia [Managerial, financial and marketing activities of enterprises in the unstable economic conditions]; Kovalchuk K.F.(Eds.) Dnipropetrovsk : Porohy.[in Ukrainian].

9. Vitlinskyi V.V., Verchenko P.I. (2000) Analiz, modeliuvannia ta upravlinnia ekonomichnym ryzykom [Analysis, modeling and management of economic risk]. Kyiv : KNEU [in Ukrainian].

10. Momot, O.I.&Demchenko, A.O. (2013). Pro sutnist poniat «efektyvnist» ta «rezultatyvnist» v ekonomitsi [On essence of the concepts of «efficiency» and «effectiveness»of economy]. Ekonomichnyi visnyk Donbasu. Economic Bulletin of Donbas, 3 (33), 207-210 [in Ukrainian].

11. Mochernyi, S.V. (Eds.). (2002). Ekonomichna entsyklopediia: U trokh tomakh. T.1. [Economic encyclopedia: In three volumes. Vol.1]. Kyiv : Vyd. tsentr «Akademiia» [in Ukrainian].

12. Chukhrai, N.I.&Novakivskyi, I.I. (2016). Zastosuvannia metodiv lohistyky i proektnoho menedzhmentu dlia pobudovy modeli upravlinnia biznes-protsesamy v merezhi [Applying methods logistics and project management for construction management model business processes in a network]. Visnyk NTU «Kharkivskyi politekhnichnyi instytut». Bulletin NTU «Kharkiv Polytechnic Institute», 2 (1174), 3-8 [in Ukrainian].

13 OsborneJ. W. (2014). Best practices in logistic regression. Thousand Oaks: Sage Publications. [in English].

14. Koval', Z.O. Ponjattja i sutnist' efektyvnosti marketyngovyh strategij vartisno-orijentovanyh pidpryjemstv // Menedzhment ta pidpryjemnyctvo v Ukrai'ni: etapy stanovlennja i problemy rozvytku : zb. nauk. prac' / vidp. red. O. Je. Kuz'min. L'viv : Vyd-vo L'viv. politehniky, 2012. P. 99-104.

15. Marketyngovi pokaznyky: Bil'she 50 pokaznykiv, jaki vazhlyvo znaty kozhnomu kerivnyku / Pol' U. Ferris, Nejl T. Bendl, Filip I. Pfajfer, Devid Dzh. Rejbshtejn ; per. z angl ; za nauk. red. I. V. Taranenko. Dnipropetrovs'k : Balans Biznes Buks, 2009. 480 p.

16. Accounting and analytical support of the management system of an enterprise: collective monograph / Edited by: prof. A. Zahorodniy and prof. H. Ronek. Lviv : Publishing House of Lviv Polytechnic, 2014. 308 p.

17. Koval Z.O. Evaluation indicators of the marketing strategies efficiency of value-based enterprises // Economics, entrepreneurship, management. 2016. Vol. 3, Num. 1. P. 35-40.

УДК 330.111.62:167
JEL A10, K11

KOVBATIUK M.V.,
PhD. Econ. Sciences, Professor
Head of the Department of Theoretical and Applied Economics
State University of Infrastructure and Technologies,
9, Kirillovskaya street, Kiev, Ukraine, 04071
E-mail: mvkov58@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1149-6537

SHEVCHUK V.O.,
PhD. Econ. Sciences,
Associate Professor of the Department of Theoretical and Applied Economics
State University of Infrastructure and Technologies,
9, Kirillovskaya street, Kiev, Ukraine, 04071
E-mail: wladka@ukr.net
ORCID: 0000-0001-7121-598X

CONCEPTUAL APPROACHES TO PROPERTY CLASSIFICATION: POLITICAL - ECONOMICAL ASPECT

Topicality. *Property is a difficult complex system category, which in its development underwent significant continuous quantitative and qualitative changes. The problem of different interpretations of the economic category "property" aggravated by the fact that scientists lack a unanimous approach to identifying types, kinds and forms of ownership, which indicates the diversity of approaches to the classification of property.*

Aim and tasks. *of the article is to substantiate the theoretical approaches to the definition of the economic content of property in the process of its transformation and development and the study of the classification of types and forms of ownership in particular from the point of viev of traditional and modern classification.*

Research results. *The article analyzes the approaches of outstanding scientists to the theoretical concept of the category "property" in different eras of the development of economic science. The study showed that at present it is advisable to distinguish between classical and modern classification of property. Therefore, the authors have formed a classical classification that includes two types of property: private, which exists in two forms: simple private property and capitalistic private property, and public property, which has two types – collective and state property. The modern classification based on modern views and trends in the evolution of property relations in society, based on the position that it is incorrect to single out only private and public types of ownership, because in this approach a separate individual and a work collective are identified, which may include tens, hundreds or more workers.*

Conclusions. *Therefore, in the modern classification of property, types of ownership are collective (group), private, which are combined into a group of non-state types of ownership, as well as public (state) and supranational which form a group of state ownership types. In spite of the fact that there are no species in the modern classification of property and in the classification according to the legislation, practical experience indicates that there are still varieties of property. Therefore, it is advisable to classify property not only by types and forms, but divided into types according to various classification criteria, namely by objects of ownership, by subjects of ownership, depending on the type of property, by the number of owners, by features of objects, by levels of privatization.*

Keywords*: property, property relations, types of ownership, types of ownership, forms of ownership, property classification.*

КОВБАТЮК М.В.,
Канд. екон. наук, проф.,
Завідувач кафедри теоретичної та прикладної економіки
Державний університет інфраструктури та технологій,
вул. Кирилівська, 9, м. Київ, Україна, 04071
E-mail: mvkov58@gmail.com
ORCID: 0000-0002-1149-6537

ШЕВЧУК В.О.,
Канд. екон. наук,
Доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Державний університет інфраструктури та технологій,
вул. Кирилівська, 9, м. Київ, Україна, 04071
E-mail: wladka@ukr.net
ORCID: 0000-0001-7121-598X

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВЛАСНОСТІ: ПОЛІТЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТ

Актуальність. *Власність є складною системною категорією, яка протягом свого розвитку зазнавала суттєвих неперервних кількісних та якісних змін. Проблема різних трактувань економічної категорії «власність» поглиблюється тим, що у науковців відсутній одностайний підхід до виділення типів, видів і форм власності, що свідчить про багатогранність підходів до класифікації власності.*

Мета *статті полягає в обґрунтуванні теоретичних підходів до визначення економічного змісту власності в процесі її трансформації і розвитку та дослідженні класифікації типів, видів і форм власності, зокрема з точки зору традиційної і сучасної класифікації.*

Результати. *У статті проаналізовано підходи визначних науковців щодо висвітлення теоретичного поняття категорії «власність» в різні епохи розвитку економічної науки. Аналіз поглядів науковців свідчить, що нині доцільно розрізняти класичну та сучасну класифікацію власності. На основі проведеного дослідження авторами було сформовано класичну класифікацію, яка включає два типи власності: приватну, що існує в двох видах: проста приватна власність і капіталістична приватна власність, і суспільну, що має два види – колективну і державну власність. Сучасна класифікація побудована з урахуванням сучасних поглядів і тенденцій еволюції відносин власності в суспільстві, які базуються на положенні, що некоректно виділяти лише приватний і суспільний типи власності, адже в такому підході ототожнюються окремий індивід і трудовий колектив, до якого можуть входити десятки, сотні і більше працівників. Тому у сучасній класифікації власності типами власності є колективна (групова), приватна, які об'єднуються в групу недержавних типів власності, а також суспільна (державна) та наддержавна, які становлять групу державних типів власності.*

Висновки. *Не зважаючи на те, що в сучасній класифікації власності і в класифікації за законодавством відсутні види, практичний досвід свідчить про те, що різновиди власності все ж таки існують. Тому нині варто класифікувати власність не лише за типами і формами, а поділяти на види за різними класифікаційними ознаками, а саме за об'єктами власності, за суб'єктами власності, залежно від виду майна, за кількістю власників, за особливостями об'єктів, за рівнями роздержавлення.*

Ключові слова: *власність, відносини власності, типи власності, види власності, форми власності, класифікація власності.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Відносини власності є важливою передумовою розвитку економіки. Економістами власність завжди визначалася як складна системна категорія, яка протягом свого розвитку зазнавала суттєвих неперервних кількісних та якісних змін. Тому погляди вчених на класифікацію власності постійно змінювалися та розвивалися і нині характеризуються складністю, різноманітністю та невизначеністю, як і самі відносини власності. Це призвело до виявлення нових форм власності та їх комбінацій на сучасному етапі.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Вагомий внесок у дослідження власності здійснили такі відомі вчені, як Ф. Кене [1], А. Сміт [2], К. Маркс [3; 4], Р. Коуз [5]. Серед вчених, які нині концентрують свою увагу на проблемах відносин власності, окресленні форм власності варто назвати М.О. Ажнюка, О.С. Передрія [6], В.Д. Базилевича [7], Г.І. Башнянина [8], О.О. Бєляєва, К.Т. Кривенка, В.С. Савчука [9], А.С. Гальчинського, П.С. Єщенка, Ю.І. Палкіна [10], Г.Н. Климка [11], Ю.Я. Лузана [12], С. В. Мочерного [13] та інших. Різноманітність поглядів науковців, а також відсутність єдиного погляду економічної та юридичної науки на цю наукову проблему обумовили актуальність і вибір теми наукової статті.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналіз існуючих поглядів і теорій, які сформовані останнім часом, вказує на відсутність єдиного підходу та розуміння такої економічної категорії, як «власність», а також відсутність спільного погляду щодо класифікації типів,

видів і форм власності. Це формує потребу у розвитку теоретико-методологічного фундаменту до систематизації і доповненні існуючих класифікацій власності.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання). полягає в обґрунтуванні теоретичних підходів до визначення економічного змісту власності в процесі її трансформації і розвитку та дослідженні класифікації типів, видів і форм власності, зокрема з точки зору традиційної і сучасної класифікації.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Як відомо, відносини власності складають основу виробничих відносин, які постійно змінюються в результаті трансформації продуктивних сил суспільства. Загальновизнаним є виокремлення в категорії власності двох змістовних аспектів, а саме юридичного й економічного. Юридичний змістовний аспект власності утворюється на основі правового оформлення таких відносин. Трактування економічної категорії «власність» різними вченими наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Теоретико-методичні підходи до визначення економічної категорії «власність»

Автор, джерело	***Визначення категорії «власність»***
Арістотель [14, с. 19-22]	владні повноваження і влада власника над об'єктом власності.
Ф. Кене [1, с. 329, с. 333]	право людини на річ, придатну для використання, яке з погляду правового порядку обмежене дійсним володінням, здобутим працею, без порушення права володіння третіх осіб.
А. Сміт [2, с. 210-211]	синонім багатства в його матеріальному розумінні. Тому перевага підприємницької приватної власності в усіх сферах економіки, її примноження на індивідуальному та національному рівнях є основним стимулом суспільного розвитку.
І. Кант [15, с. 177]	зовнішній предмет, який за своєю сутністю є «чимось своїм» для того, кому належать усі права на річ, якою він може розпоряджатися на власний розсуд.
А. Берлі [16, с. 12]	є відношенням між індивідом (або, можливо, групою індивідів) і реальною відчутною й невідчутною річчю; виражає відношення фактичного володіння річчю, відношення суб'єкта до об'єкта.
К. Маркс [4, с. 63; 3, с. 70, с. 442]	майнові відносини, свідомі вольові взаємозв'язки юридичних і фізичних осіб із приводу привласнення благ, що закріплюються системою відповідних прав власності. Також це системна властивість, яка пронизує всі економічні відносини, зумовлюючи їх специфічні якісні ознаки, що в процесі господарювання суб'єктів власності забезпечує економічне зростання. Власність означає на самому початку не що інше, як відношення людини до її природних умов виробництва як до належних їй, як до своїх власних, як до передумов, даних разом з її власним існуванням. Економічний зміст власності виявляється, насамперед, в об'єкті привласнення, оскільки «привласнення зумовлене перш за все об'єктом, який має бути привласнений, продуктивними силами, які розвинулися в певну сукупність».
Р. Коуз, Д. Норт [5]	право, яке охороняє й закріплює відносини між власниками.
М. Хохлов [17, с. 8, с. 18]	категорія, що виражає відносини між людьми в певних соціально-економічних умовах із приводу привласнення і використання об'єктів власності у процесі господарської діяльності з метою реалізації інтересу суб'єктів в отриманні доходу. Економічний зміст власності (економічна власність) не реалізується тільки у привласненні суб'єктом доходу, що здійснюється у сфері обігу, а охоплює весь процес суспільного відтворення. По-перше, економічна власність закладає загальні засади відносин господарювальних суб'єктів у певних соціально-

	економічних умовах; по-друге, виявляється вона шляхом реалізації інтересу суб'єктів власності у привласненні доходу; по-третє, економічний зміст об'єктів, суб'єктів власності та умов реалізації прав власності виявляється у сфері виробництва як речові й особистісні чинники виробництва, як існуючий господарський механізм.
С. В. Мочерний [13, с. 239]	система виробничих відносин між людьми (класами, соціальними верствами, групами, окремими індивідами тощо) з приводу привласнення об'єктів власності (засобів виробництва, предметів споживання, послуг, робочої сили, патентів тощо) в усіх сферах суспільного відтворення (безпосередньому виробництві, розподілі, обміні та споживанні).
Н. М. Ногінова [18, с. 212, с. 216]	надзвичайно важлива категорія суспільного життя: без неї неможливо обійтися при аналізі будь-якої складової виробничих відносин, а також при аналізі тенденцій змін у перехідній економіці. Власність – система внутрішньо необхідних, сталих, стійких, загальних соціально-економічних зв'язків та відносин між людьми (а отже, між трудовими колективами, соціальними верствами і групами) з приводу привласнення засобів виробництва, предметів споживання, робочої сили, об'єктів інтелектуальної власності, інформації, послуг у всіх сферах суспільного відтворення – виробництві, розподілі, обміні й споживанні.
І. Лазня [19, с. 30]	Оскільки ж приналежність є відношенням до матеріальних благ як до своїх, тобто відношення, що вже відбулося, то і власність визначається як статика відносин між людьми з приводу матеріальних благ (об'єктивних умов відтворення).
В. Сизоненко [20, с. 81]	відносини між людьми, в яких вони ставляться до даного об'єкта як до свого або як до чужого; винятково складне багатоманітне явище, в якому треба розрізняти об'єкт, економічний зміст і правову форму.

Джерело: сформовано авторами

Отже, нині немає єдиного бачення щодо поняття власності. Класично більшість дослідників дотримується точки зору, що відносини власності – це відносини, що складаються між економічними суб'єктами в процесі використання, володіння й відчуження, присвоєння факторів виробництва, матеріальних і нематеріальних благ. Сучасні дослідження проблематики власності в економічній теорії здійснюються на основі синтезу основних її напрямків: класичного й маржиналістського.

Так, М. Хохлов приходить до висновку, що «економічна власність – це категорія, що виражає відносини між людьми в певних соціально-економічних умовах з приводу привласнення і використання об'єктів власності у процесі господарської діяльності з метою реалізації інтересу суб'єктів в отриманні доходу на засадах неухильного вдосконалення об'єктів і суб'єктів власності як чинників виробництва і господарського механізму як умови реалізації прав власності» [17].

На наше переконання, в сучасних дослідженнях відносин власності досить повно дає визначення Н. М. Ногінова, яка констатує, що «власність в економічному аспекті, як і будь-яке інше економічне явище, має дві сторони, що відокремлюються згідно з вимогами принципу суперечності: матеріально-речовий зміст та суспільну форму. З точки зору матеріально-речового змісту, власність є сукупністю об'єктів присвоєння, до яких можна віднести засоби виробництва, робочу силу, предмети споживання, інтелектуальну власність, послуги, інформацію тощо. З погляду суспільної форми, власність є сукупністю зв'язків та відносин між суб'єктами привласнення» [18].

Є. Кирилюк, досліджуючи трансформацію відносин власності на різних стадіях розвитку суспільства, зазначає, що «все більшого значення набуває не стільки абсолютне володіння речами як об'єктами власності, скільки володіння з правами їх використання лише як економічного ресурсу. Часто економічно вигідно набувати право оренди, лізингу та інші обмежені права, а не право повної

власності на речі. Також все більшу роль відіграють економічні ресурси, що не мають матеріальної форми (нематеріальні активи, інтелектуальна власність, деякі види інформації)» [21, с. 81].

Проблема різних трактувань економічної категорії «власність» поглиблюється ще й тим, що у науковців відсутній одностайний підхід до виділення типів, видів і форм власності, що свідчить про багатогранність підходів до класифікації власності.

Більшість науковців, зокрема М.О. Ажнюк, О.С. Передрій [6, с. 59-63], В.Д. Базилевич [7, с. 8, с. 18], Г.І. Башнянин, П.Ю. Лазур, В.С. Медведев [8, с. 64], В. Крамінська, В.М. Семененко, Д.І. Коваленко [22, с. 63-64], В.Г. Федоренко [23], виділяють два типи власності: приватну і суспільну, які дослідники К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Бєляєв [9, с. 80-91] називають видами. Натомість класичні два види приватної власності – трудову і нетрудову, вони розглядають як типи, називаючи їх трудовою неексплуататорською і експлуататорською. Також вони, окрім форм трудової неексплуататорської та суспільної власності, досліджують такі еволюційні форми: первісна (земельна): азіатська (східна), антична (греко-римська), германо-слов'янська; рабовласницька; феодальна; капіталістична; посткапіталістична.

В.Д. Базилевич трактує індивідуально-трудову і приватну власність з найманою працею як форми приватної власності.

А.І. Щетинін [24] розглядає і характеризує лише історичні типи власності: власність первіснообщинного ладу (общинна); власність великої родини; приватну; комуністичну (соціалістичну).

Варто відзначити, що А.І. Щетинін [24] таку власність, як рабовласна (інші науковці називають її рабовласницькою), феодальна і капіталістична називає типами, В.М. Семененко, Д.І. Коваленко [25] натомість – видами приватного типу власності, а В.Д. Базилевич, Г.І. Башнянин, П.Ю. Лазур, В.С. Медведев; К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Бєляєв та В.Г. Федоренко – формами власності.

Серед вчених-економістів також існує неоднозначний погляд на акціонерну або корпоративну власність. Так Г.І. Башнянин, П.Ю. Лазур, В.С. Медведев; В.М. Семененко, Д.І. Коваленко; К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Бєляєв розглядають її як форму суспільної власності, М.О. Ажнюк, О.С. Передрій; В.Д. Базилевич і В.Г. Федоренко – як форму приватної власності, а А.С Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін і А.І. Щетинін, натомість, – як форму колективної власності. Ми ж вважаємо, що акціонерна власність є формою приватно-колективної власності.

Такі автори, як В. Д. Базилевич, В.Г. Федоренко і А.І. Щетинін у своїх працях говорять про існування змішаної і комбінованої власності, причому В.Д. Базилевич розглядає комбіновану не окремою формою, а як різновид змішаної власності, яка має прояв в існуванні концернів, трестів, холдингів, фінансово-промислових груп та інших об'єднаннях. А.І. Щетинін виділяє ще іноземну власність, а В.Д. Базилевич – інтегровану як результат поєднання приватної форми у вигляді партнерської власності і колективної форми.

Спірними є погляди М.О. Ажнюка і О.С. Передрія щодо кооперативної власності і власності громадських організацій, які вони розглядають двічі – спочатку як форми приватної власності, а потім як форми суспільної власності, зокрема різновиди колективної.

Цікавою є думка А.С Гальчинського, П.С. Єщенка і Ю.І. Палкіна, які не виділяють типи і види власності, а як юристи вирізняють лише форми власності, зокрема приватну, колективну і державну, до того ж як різновид приватної власності виділяють інтелектуальну власність.

Отже, аналіз поглядів науковців свідчить, що нині доцільно розрізняти класичну та сучасну класифікацію типів, видів і форм власності, які наведені на рисунках 1 і 2.

На основі проведеного дослідження авторами було сформовано класичну класифікацію, яка включає два типи власності: приватну, що існує в двох видах: проста приватна власність і капіталістична приватна власність, і суспільну, що має два види – колективну і державну власність.

Сучасна класифікація побудована з урахуванням сучасних поглядів і тенденцій еволюції відносин власності в суспільстві, які базуються на положенні, що некоректно виділяти лише приватний і суспільний типи власності, адже в такому підході ототожнюються окремий індивід і трудовий колектив, до якого можуть входити десятки, сотні і більше працівників.

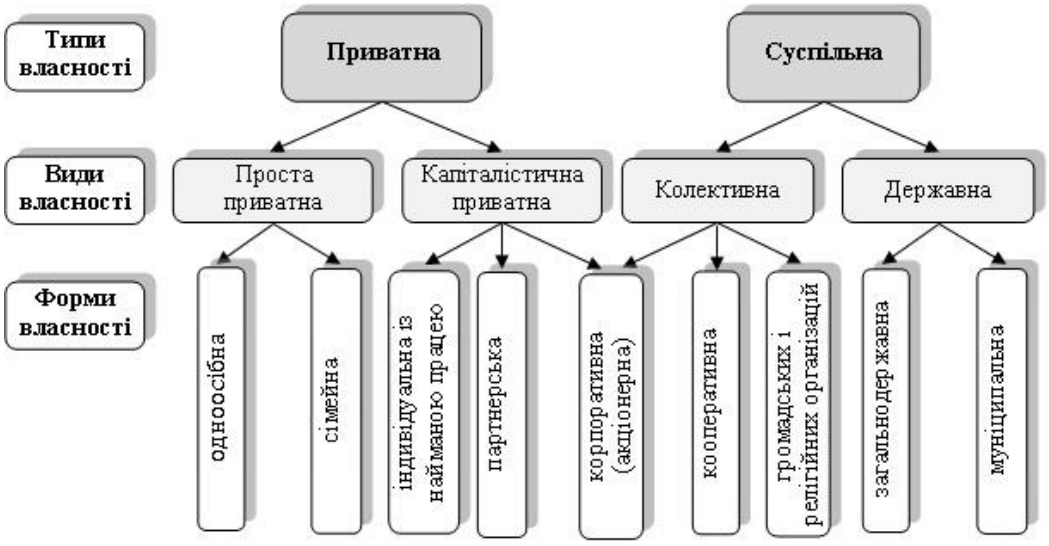

Рис. 1. Класична класифікація типів, видів і форм власності
Джерело: сформовано авторами

Тому у сучасній класифікації власності типами власності є колективна (групова), приватна, які об'єднуються в групу недержавних типів власності, а також суспільна (державна) та наддержавна, які становлять групу державних типів власності. Тобто мова йде про виділення чотирьох типів власності. В межах кожного з цих типів функціонують різні форми власності (рис. 2).

Рис. 2. Сучасна класифікація типів і форм власності
Джерело: сформовано авторами

Варто дослідити і юридичний аспект до класифікації власності. Конституцією України передбачено такі види права власності: право власності українського народу (ст. 13), право державної власності (ст. 14), право комунальної власності як власність територіальних громад (ст. 142) та право приватної власності як невід'ємне право людини (ст. 41) [26].

Таку класифікацію видів права власності покладено в основу Цивільного Кодексу України (ЦКУ), зокрема у ст. 324-327 ЦКУ зазначено, що «самостійними суб'єктами права власності виступають український народ, юридичні й фізичні особи стосовно об'єктів права приватної власності, держава та територіальна громада відповідного села, селища, міста» [27].

Такий підхід щодо відокремленості права державної власності від права власності українського народу та від права комунальної власності схожий до поглядів економістів щодо поділу державної власності на загальнодержавну і муніципальну (комунальну).

Суспільна власність в ЦКУ визначена як спільна, зокрема у ст. 355 виділені два види спільної власності: спільна власність двох або більше співвласників із визначенням часток кожного з них у праві власності (спільна часткова власність) та власність двох або більше співвласників без визначення часток у праві власності (спільна сумісна власність) [27, 28].

Класифікацію власності відповідно до законодавства України наведено на рисунку 3.

Рис. 3. Класифікація власності за законодавством України

Джерело: сформовано авторами на основі [26, 27]

Як бачимо, в ЦКУ та Конституції України відсутнє поняття колективної власності, адже суб'єктами відповідно визначені: приватної власності – один або декілька громадян, юридична особа; державної – держава, яка здійснює цивільні права та обов'язки через органи державної влади; комунальної – територіальна громада села, селища, міста тощо.

Не зважаючи на те, що в сучасній класифікації власності і в класифікації за законодавством відсутні види, практичний досвід свідчить про те, що різновиди власності все ж таки існують. Тому, вважаємо, що нині варто класифікувати власність не лише за типами і формами (як це подано у сучасній класифікації власності), а поділяти на види за різними класифікаційними ознаками.

Класифікацію різновидів власності за різними ознаками наведено на рисунку 4.

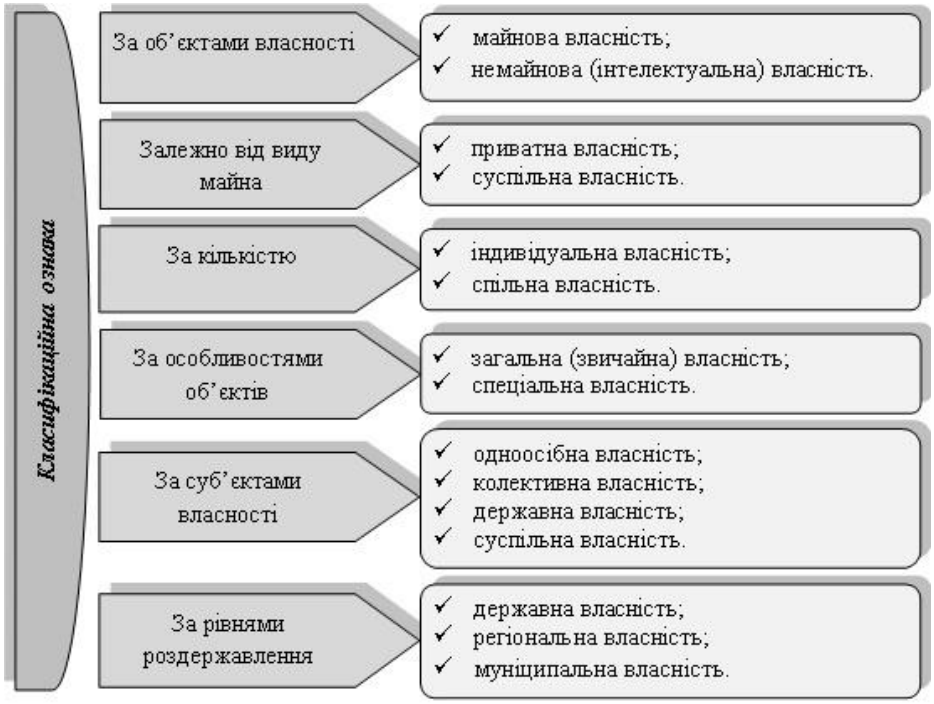

Рис. 4. Класифікація видів власності

Джерело: розроблено авторами

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, різноманітність підходів науковців до визначення типів, видів і форм власності свідчить про постійні зміни у відносинах власності, які зумовлюють появу нових історичних типів, а також видів і форм власності. Тому періодично виникає необхідність у новій систематизації і доповненні існуючих класифікацій власності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кенэ Ф. Естественное право М. : Изд-во соціально-экономической литературы, 1960. 552 с.
2. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй: наук. вид.; пер. з англ. К. : «Port-Royal», 2001. 593 с.
3. Маркс К., Энгельс Ф. Избранные сочинения: в 9-и т. Т. 1 [под общ. ред.: А.И. Малышев, Н.Ю. Колпинский]; Ин-т марксизма-ленинизма при ЦК КПСС. М. : Политиздат, 1985. 549 с.
4. Маркс К., Енгельс Ф. Твори. [2-ге вид.]. Т. 46. Ч.1. К. : «Політвидав», 1982. 515 с.
5. *Коуз Р. Фирма, рынок* и *право* [пер. с англ.]. М. : Новое издательство, 2007. 224 с.
6. *Ажнюк* М.О., Передрій О.С. *Основи економічної теорії* : навч. посібник [Електронний ресурс]. К. : Знання, 2008. 365 с. URL : https://pidruchniki.com/12980108/politekonomiya/osnovni_formi_vlasnosti.
7. Економічна теорія: Політекономія: підручник / За ред. В.Д. Базилевича. 3-тє вид., перероб. і доп. К. : Знання-Прес, 2004. 615 с.
8. Башнянин Г.І., Лазур П.Ю., Медведев В.С. Політична економія. Ч.1. Загальна економічна теорія К. : Ніка-Центр Ельга, 2000. 516 с.
9. Політична економія: навч. посібник / [К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Бєляєв та ін.]; За ред. д-ра екон. наук, проф. К.Т. Кривенка. К. : КНЕУ, 2001. 508 с.
10. Гальчинський А.С. Основи економічних знань: Навч. посіб. / А.С. Гальчинський, П.С. Єщенко, Ю.І. Палкін. 2-ге вид., перероб. і допов. К. : Вища шк., 2002. 543 с.
11. Основи економічної теорії: політекономічний аспект / За ред. Г.Н. Климка. [4-е вид.]. К. : Знання-Прес, 2002. 615 с.
12. Лузан Ю.Я., Стецюра Н.П. Еволюція поняття «власність» [Електронний ресурс] URL : http://www.agrosvit.info/pdf/16_2013/7.pdf.
13. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. І. / відп. ред. С.В. Мочерний. К. : Академія, 2000. 863 с.
14. Арістотель. Політика / Арістотель; [пер. з давньогр. та передм. О. Кислюка]. К. : Основи, 2000. 239 с.
15. Кант И. Метафизика нравов в двух частях. Соч. в 6-ти т. Т.4. Ч.2. М. : Мысль,1965. 478 с.
16. Берли А. Власть без собственности. М. : Наука, 1989. 324 с.
17. Хохлов М. Економічний зміст власності в аспекті соціально-економічних перетворень [Електронний ресурс] // Економічна теорія. 2013. № 3. С. 5-15. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_3_2.
18. Ногінова Н.М. Методологічні засади дослідження власності та процесу її реформування в умовах перехідної економіки [Електронний ресурс] URL : http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2006/16_7/208_Noginowa_16_7.pdf.
19. Лазня І.В. Відносини власності в умовах формування ринкової економіки. К. : Логос, 1997. 315 с.
20. Сизоненко В.О. Підприємництво. К.: Вікар, 1999. 435 с.
21. Кирилюк Є. Роль власності на сучасному етапі розвитку аграрних відносин // Галицький економічний вісник. 2011. № 2 (31). С. 80-87.
22. Крамінська В. Опорний конспект лекцій з «Економічної теорії» [Електронний ресурс] / В. Крамінська. URL : https://studopedia.com.ua/view_ekonomiateor.php?id=9.
23. Політична економія: Підручник / [Федоренко В.Г., Діденко О.М., Руженський М.М., Іткін О.Ф.]; За науковою ред. доктора економ. наук, проф. В.Г. Федоренка. К. : Алерта, 2008. 487 с.
24. Щетинін А.І. Політична економія. підручник. К. : Центр учбової літератури, 2011. 480 с.
25. Економічна теорія: Політекономія: навч. посіб. / [Семененко В.М., Коваленко Д.І., Бугас В.В., Семененко О.В.]. 2-ге вид., доп. та перероб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 428 с.

26. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. URL : http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80.

27. Цивільний кодекс України: Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV [Електронний ресурс]. URL : http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15.

28. Поліщук Л. Форми права власності за законодавством України [Електронний ресурс]. URL : http://veche.kiev.ua/journal/2647/.

REFERENCES

1. Kenje F. Estestvennoe pravo [Natural law]. Moscow, Publ. socialno-jekonomicheskoj literatury, 1960. 552 p.

2. Smit A. Dobrobut nacij. Doslidzhennja pro pryrodu ta prychyny dobrobutu nacij [The welfare of nations. Research on the nature and causes of the welfare of nations]. Kyiv, «Port-Royal», 2001. 593 p.

3. Marks K., Jengels F. Izbrannye sochinenija [Selected works]. V. 1. Moscow, Politizdat, 1985. 549 p.

4. Marks K., Engels F. Tvory [Writings]. V. 46. P. 1. Kyiv, «Politvidav», 1982. 515 p.

5. Kouz R. Firma, rynok i pravo [Company, market and law]. Moscow, Novoe Publ., 2007. 224 p.

6. Azhnjuk M.O., Peredrij O.S. Osnovy ekonomichnoi teorii [Fundamentals of Economic Theory]. Kyiv, Znannja, 2008. 365 p. Available at: https://pidruchniki.com/12980108/politekonomiya/osnovni_formi_vlasnost.

7. Ekonomichna teorija: Politekonomija [Economic Theory: Political Economy]. Kyiv, Znannja-Pres, 2004. 615 p.

8. Bashnjanyn G.I., Lazur P.Ju., Medvedev V.S. Politychna ekonomija. Chastyna 1. Zagalna ekonomichna teorija [Political Economy. Part 1. The general economic theory]. Kyiv, Nika-Centr Elga, 2000. 516 p.

9. Kryvenko K.T., Savchuk V.S., Bjeljajev O.O. ta in. Politychna ekonomija [Political Economy]. Kyiv, KNEU, 2001. 508 p.

10. Galchynskyj A.S., Jeshhenko P.S., Palkin Ju.I. Osnovy ekonomichnyh znan [Fundamentals of Economic Knowledge]. Kyiv, Vyshha shkola., 2002. 543 p.

11. Osnovy ekonomichnoi teorii: politekonomichnyj aspekt [Fundamentals of Economic Theory: Polytechnical Aspect]. Kyiv, Znannja-Pres, 2002. 615 p.

12. Luzan Ju.Ja., Stecjura N.P. Evoljucija ponjattja «vlasnist» [Evolution of the concept of «property»]. Available at: http://www.agrosvit.info/pdf/16_2013/7.pdf.

13. Mochernyj S.V. Ekonomichna encyklopedija [Economic Encyclopedia]. V. I. Kyiv, Akademija, 2000. 863 p.

14. Aristotel. Polityka [Policy]. Kyiv, Osnovy, 2000. 239 p.

15. Kant I. Metafizika nravov v dvuh chastjah [Metaphysics of morals in two parts]. Moscow, Mysl, 1965. 478 p.

16. Berli A. Vlast bez sobstvennosti [Power without property]. Moscow, Nauka, 1989. 324 p.

17. Hohlov M. Ekonomichnyj zmist vlasnosti v aspekti socialno-ekonomichnyh peretvoren [The economic content of property in the aspect of socio-economic transformation]. Ekonomichna teorija – Economic theory, 2013, no. 3, pp. 5-15. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_3_2.

18. Noginova H.M. Metodologichni zasady doslidzhennja vlasnosti ta procesu ii reformuvannja v umovah perehidnoi ekonomiky [Methodological principles of property research and the process of its reforming in a transition economy]. Available at: http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2006/16_7/208_Noginowa_16_7.pdf.

19. Laznja I.V. Vidnosyny vlasnosti v umovah formuvannja rynkovoi ekonomiky [Property relations in the conditions of formation of a market economy]. Kyiv, Logos, 1997. 315 p.

20. Syzonenko V.O. Pidpryjemnyctvo [Entrepreneurship]. Kyiv, Vikar, 1999. 435 p.

21. Kyryljuk Ye. Rol vlasnosti na suchasnomu etapi rozvytku agrarnyh vidnosyn [The role of ownership at the present stage of development of agrarian relations]. Galyckyj ekonomichnyj visnyk – Galician Economic Bulletin, 2011, no. 2 (31), pp. 80-87.

22. Kraminska V. Opornyj konspekt lekcij z «Ekonomichnoi teorii» [Reference summary of lectures on «Economic Theory»]. Available at: https://studopedia.com.ua/view_ekonomiateor.php?id=9.

23. Fedorenko V.G., Didenko O.M., Ruzhenskyj M.M., Itkin O.F. Politychna ekonomija [Political Economy]. Kyiv, Alerta, 2008. 487 p.

24. Shchetynin A.I. Politychna ekonomiia [Political Economy]. Kyiv, Tsentr uchbovoi literatury, 2011. 480 p.

25. Semenenko V.M., Kovalenko D.I., Buhas V.V., Semenenko O.V. Ekonomichna teoriia: Politekonomiia [Economic Theory: Political Economy]. Kyiv, Tsentr uchbovoi literatury, 2011. 428 p.

26. Konstytutsiia Ukrainy vid 28.06.1996 № 254k/96-VR [The Constitution of Ukraine]. Available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80.

27. Cyvilnyj kodeks Ukrainy [The Civil Code of Ukraine]: Kodeks vid 16.01.2003 № 435-IV. Available at: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15.

28. Polishhuk L. Formy prava vlasnosti za zakonodavstvom Ukrainy [Forms of ownership under the legislation of Ukraine]. Available at: http://veche.kiev.ua/journal/2647/.

УДК 336.221.025.7:[332.14:005.562](045)
JEL H30, H73,O10

LAIKO O.I.,
Dr. Econ. Sciences, Senior researcher,
Deputy head of department
Institute of market problems and economic&ecological research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzkyi boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: alexlayko@gmail.com
ORCID: 0000-0001-7082-0862

TALPA V.P.,
Postgraduate student of the Department of Interregional Economic Development of the Ukrainian Black Sea Region
Institute of market problems and economic&ecological research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzkyi boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail:talpascience@ gmail.com
ORCID: 0000-0003-3003-90015

CHECHOVICH Z.V.,
Leading engineer
Institute of market problems and economic&ecological research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzskyi boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail:zv.chehovich@gmail.com
ORCID:0000-0003-4500-7030

TAX DISTRIBUTION OF REGIONAL ECONOMIC COOPERATION UNDER GLOCALIZATION AND LOCAL SELFFGOVERNANCE REFORMING CONDITIONS

Topicality. *The urgency is explained by the need of use of taxation regulatory leverage for stimulation of territorial communities cooperation, as well as the development of scientifically substantiated grounds for the economic cooperation of regional economic systems is to be developed in order to increase their socio-economic development and on the basis of improving of the institutional basis in favorable conditions for local self-government reform and inclusion of local systems globalization processes. In the process of active decentralization reform, realization of efforts to build effective local self-governance and achieve the development of territorial economic systems on the basis of European integration and the implementation of international best practices and trends, it is necessary to regulate the use of cooperation measures. The practice of applying of contractual forms of cooperation between administrative units in order to improve their economic capacity, which has been spread in the EU, has not been widely disseminated and implemented in Ukraine, despite its exceptional value as a measure to stimulate the socio-economic development of the regions and as an instrument for implementing of strategic documents initiatives on regional policy in Ukraine and in the EU.*

Aim and tasks. *The purpose of the article is to determine the scientific basis for tax incentives for regional economic cooperation as a measure of increase of socio-economic development level, to substantiate the proposals of stimulation of the implementation of investment and innovative projects, that are aimed at improving the community's welfare on local, regional, national and international levels due cooperation tools and better use of local resources and the benefits of territorial units during their participation in economic exchange, that is - during the glocalization process.*

Research results. *It's proposed the scientific principles of tax stimulation of economic cooperation at the regional level and the essence of regional economic cooperation process, achieved by administrative units, is determined. It's stated that such sense should correspond and improve the existing principles and provisions of the European regional policy, implementation means of which are to be updated in accordance with national features and trends of economic system development. The scientific principles and measures that are to stimulate economic cooperation are developed on the basis of actual provisions of the modern institutional environment, including the Tax and Budget Codes of Ukraine. It has been established that the proposed regulatory tax measures have become possible for practical use, on the basis of appropriate scientific justification, due to modern changes in the budget legislation and are promising for*

implementation, especially in the aspect of the implementation of new large-scale investment projects, and as a lever to support the development of economic growth.

The list of local taxes and fees with the help of which it is possible to stimulate regional economic cooperation is determined, the methodical bases of the regulation of economic cooperation are formulated, in the context of inclusion of territorial communities in the processes of global economic exchange. The measures of stimulation of economic cooperation and implementation of strategically important investment projects with global character are proposed. The measures are to establish preferential rates for local taxes within the existing powers of local self-governmental bodies, the application of privileges for reinvestment operations, the drawing up of strategic plans for promising investment-oriented taxation at the territorial level communities and regions.

Conclusion. *The results of the research are outlined in the article, in the form of regulatory measures, and are actually necessary for central and regional authorities, since they contain a scientific justification for the effective promotion of economic transformations in a territorial context in according to the implementation needs of the reform of local self-governance and taking into account the influence of the processes of globalization. The prospect for further research includes the formulation of methodological approaches to the determining of tax regulators set that are to stimulate socio-economic development and stimulate regional cooperation, to assess the effectiveness of such regulatory measures.*

Keywords: *regional economic cooperation, investment taxation, investment projects, glocalization.*

ЛАЙКО О.І.,
Д-р екон. наук, с.н.с.
заст.директора з наукової роботи
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: alexlayko@gmail.com
ORCID:0000-0001-7082-0862

ТАЛПА В.П.,
Аспірант відділу міжрегіонального економічного розвитку Українського Причорномор'я
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький б-р, 29 м. Одеса, Україна, 65044
E-mail:talpascience@gmail.com
ORCID:0000-0003-3003-9005

ЧЕХОВИЧ З.В.,
Пров. інженер
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail:zv.chehovich@gmail.com
ORCID:0000-0003-4500-7030

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОКАЛІЗАЦІЇ ТА РЕФОРМУВАННЯ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Актуальність *пояснюється потребою застосування важелів податкового стимулювання співробітництва територіальних громад, а також розробки науково обґрунтованих положень провадження економічного співробітництва регіональних економічних систем з метою підвищення рівня їхнього соціально-економічного розвитку та на основі вдосконалення інституціонального базису в сприятливих для цього умовах реформування місцевого самоврядування та включення локальних систем глобалізацій ні процеси. В процесі активного провадження реформи децентралізації, намаганні побудувати ефективне місцеве самоврядування та досягти розвитку територіальних економічних систем на засадах євроінтеграції та імплементації міжнародних кращих практик і трендів необхідним є регуляторне стимулювання застосування заходів співробітництва. Практика застосування договірних форм співпраці адміністративних одиниць з метою покращення їхньої економічної спроможності, яка розповсюджена в країнах ЄС, не знайшла суттєвого поширення і впровадження на теренах України, незважаючи на її виключну цінність як заходу стимулювання соціально-економічного розвитку регіонів та як інструменту реалізації ініціатив стратегічних документів з регіональної політики в Україні та в ЄС.*

Мета та завдання. *Метою статті є визначення наукових засад податкового стимулювання регіонального економічного співробітництва як заходу підвищення рівня соціально-економічного розвитку, обґрунтування пропозицій щодо стимулювання реалізації локальних, регіональних, національних та міжнародних інвестиційних, інноваційних та інших проектів, спрямованих на підвищення рівня добробуту громад на засадах провадження співпраці і кращого використання локальних ресурсів і переваг територіальних одиниць при участі в економічному обміні, тобто – глокалізації.*

Результати. *Запропоновано наукові засади податкового стимулювання економічного співробітництва на рівні регіонів та визначено сутність провадження регіонального економічного співробітництва адміністративних одиниць, що має відповідати і вдосконалювати існуючі принципи і положення європейської регіональної політики, імплементація якої потребує актуалізації відповідно до національних особливостей та тенденцій розвитку економічної системи. Розроблені наукові засади та заходи стимулювання економічної співпраці ґрунтуються на актуальних положеннях сучасного інституціонального середовища, в тому числі Податкового та Бюджетного кодексів України. Встановлено, що пропоновані регуляторні податкові заходи стали можливими для практичного використання, на основі відповідного наукового обґрунтування, завдяки сучасним змінам в бюджетному законодавстві та є перспективними для реалізації, особливо в аспекті реалізації нових масштабних інвестиційних проектів, та в якості важеля підтримки розвитку точок економічного зростання.*

Визначено перелік місцевих податків і зборів, за допомогою яких можливим є стимулювання регіонального економічного співробітництва, сформульовані методичні основи провадження регулювання економічного співробітництва, в аспекті включення територіальних громад до процесів широкомасштабного економічного обміну. Запропоновано заходи стимулювання економічної співпраці при виконанні інвестиційних проектів стратегічно важливого та глокалізаційного характеру, які полягають у встановленні пільгових ставок з місцевих податків в межах наявних повноважень органів місцевого самоврядування, застосуванні пільг для реінвестиційних операцій, складанні стратегічних планів з перспективного інвестиційно-орієнтованого оподаткування на рівні територіальних громад та регіонів.

Висновки. *Результати досліджень, викладені в статті, у вигляді заходів регулювання є потрібними для центральних та регіональних органів влади, оскільки містять в собі наукове обґрунтування для ефективного стимулювання економічних перетворень в територіальному розрізі в умовах провадження реформи місцевого самоврядування та з врахуванням впливу глокалізаціних процесів. Перспективою для подальших досліджень є формулювання методичних підходів до визначення необхідного набору податкових регуляторів зі стимулювання соціально-економічного розвитку і стимулювання співробітництва регіонів, до оцінки дієвості таких регуляторних заходів.*

Ключові слова: *регіональне економічне співробітництво, інвестиційне оподаткування, інвестиційні проекти, глокалізація.*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. The system of economic cooperation of territorial economic systems, which includes regions, districts, cities, rural communities, united communities, provides additional opportunities for rapid socio-economic development and for solving urgent and large-scale socio-economic problems. However, this tool is being implemented in Ukraine without additional regulatory stimulation very slowly, despite full legalization and adoption of a common legislative framework. Experience of EU countries [1] testifies to the necessity of the state, including tax, to stimulate the formation of the institute of economic cooperation for territorial economic systems.

The national realities of economic development and the peculiarities of the process of reforming the system of local self-government are characterized by a set of own specific features and require new methodological, conceptual and methodical approaches to the development and implementation of regulatory policy, and this determines the uniqueness of the received scientific provisions in comparison with the past achievements obtained in European countries and international level. In the context of the implementation of the reform of local self-governance [2] and the implementation of European integration initiatives, the need for effective use of local preferences of regions for inclusion in cross-border and international economic cooperation is updated. Therefore, it is necessary to develop methodological approaches and tools for ensuring the effective implementation of the European policy of regional convergence and overcoming the disproportions of socio-economic development of territorial economic systems in the aspect of conducting economic cooperation of functional territories in Ukraine and in the Ukrainian Black Sea region, in particular. This is especially true of the Lower Danube region, where the process of voluntary formation of united territorial communities has almost stopped because of conflicts of interest and inconsistency of opinion of local residents about the appointment of community leaders and administrations. However, the Lower Danube region is one of the most promising for the implementation of European integration initiatives of Ukraine and participation in international economic exchange due to geographical proximity to European

borders and water transport and trade routes. That is, the implementation of the ideas of globalization - the use of local preferences for participation in international processes of economic exchange, for the territories of the Ukrainian Danube is an actual task. It also determines the need to leverage tax incentives for cooperation of territorial communities and develop scientifically sound provisions for the economic cooperation of regional economic systems with a view to enhancing their socio-economic development and based on improving the institutional framework in favor of reforming local self-government for this purpose. The scientific problems of this article are related to the scientific provision of the practical implementation of the provisions of such documents as: European Policy for Investment Development [1] and the European Strategy 2020 [3], Concept of reforming the system of local self-government and territorial organization of power in Ukraine [4], Laws of Ukraine "On Voluntary Association of Territorial Communities" [5] and "On Cooperation of Territorial Communities" [2], The Strategy for Sustainable Development "Ukraine 2020" [6] and the Draft Strategy for Sustainable Development "Ukraine-2030" [7]. Also, the scientific provisions and proposals of this article will be related to the introduction of amendments and amendments to the Tax Code of Ukraine [8] aimed at activating socio-economic development in territorial economic systems, on the basis of the establishment of cooperation and participation in the processes of globalization. In addition to the general tasks of the legislative and institutional nature, the following should be resolved: in the system of institutional provision of the development of territorial economic entities at the local level, the status of functional territories - complex territorial and economic systems that objectively formed on the basis of the unity of production, logistics , social, ecological, cultural and other interests, are characterized by the stability of economic ties and, according to the experience of developed countries, increase the efficiency a tool for the formation of united territorial communities. Therefore, scientific substantiation of the essence of economic cooperation of territorial communities as an effective tool for increasing the competitiveness and the level of socio-economic development of regional and national economic systems, defining theoretical and methodological foundations for cooperation of functionally capable territorial entities, on the basis of which methodological approaches to assessing the efficiency of proceedings should be developed cooperation at the regional and local levels, as well as the essence of the mechanism is formulated jacks, tools and suggestions for incentives (including tax) joint implementation processes important economic projects in different local communities that share common functional relationships.

Analysis of recent publications on the problem. The rich applied and scientific experience of stimulating economic cooperation of territorial communities has been formed in the EU countries and other developed countries where there are scientific schools, created the relevant institutions and available scientific works of renowned regional scholars. However, the fundamental and applied research findings on this issue have a certain link to the realities and conditions of socio-economic development in developed countries, where local government reform has already taken place and the process of improving the forms and methods of cooperation is ongoing, but for most of the countries of Eastern Europe such approaches Implemented in pure form is impossible. New fundamental results and applied developments in the form of mechanisms, tools and proposals are necessary for the scientific substantiation of regulatory regional policy in Ukraine, since national institutional conditions for regional development are needed.

Tkachuk A. [9], Natalenko N. Approval of Best Practices for Stimulating the Regional Development of Economic Systems of Small Municipalities [9], publications of the current state of decentralization processes in Ukraine, as well as outlined key perspectives for the application of the best foreign practices, including European ones. Formations, on the basis of increasing socio-economic impact, is given in works by Sipilova V., Alekseeva L., Ostrovskaya I. [10], in which applied aspects of the problem of stimulation of regional development on basis of taking into account the experience of the Latvian economy and some EU countries. The analysis of the influence of inter-municipal cooperation processes on the efficiency of economic and structural development of territorial economic systems in Western Europe is given in the works of Kachmarek T. [11]. Kachmarek T. in his studies emphasizes the growing role of public administration (public administration in the broad sense) in the process of organization and formation of socio-economic life, draws attention to the steady global trend of growth of the tasks of management and, as a consequence, an increase in the number of administrative apparatus on all managerial levels. An important set of priorities and indicators is taken into account in scientific and applied aspects. sustainable, inclusive development for the regional level developed by the European Commission analysts [12] and which should also be used to identify and evaluate the development of territorial communities as key actors in the modern economic system of European countries. The theoretical and applied aspects of

managing the development of territorial communities on the basis of sustainable development in the countries and regions of Eastern Europe are presented in the works of Loginova Yu. [13]. The experience of applying a project approach in the management of the development of the territorial communities of Romania is considered in the works of Carmenado I. [14]. General theoretical and some applied aspects of comparing the advantages and disadvantages of locally-oriented and locally-independent approaches to managing the development of territorial communities as well as integrated social and economic systems are given in the publications of Barcy F. [15].

Tax instruments for stimulating socioeconomic systems at various levels are dealt with in the works of such scholars as Dillon A. [16], Woods M., Zissimon B., C. Romer and D. Romer [17], Buffett U., Bailey J., Laffer A., Development of the Regions Perez S., Warren J., Harbberger A. Aspects of the scientific study of the regional measurement of tax incentives for investment activities, the development of socio-economic systems, support for the implementation of investment projects, and the conduct of interregional economic competition are discussed in Wilson D.D. [18] Perez S. However, the aspect of stimulating tax measures of investment activity in the regions in the context of new opportunities provided by the results of the process of decentralization, and especially - on the example of the regions of the Danube Region, remains relevant and insufficiently researched.

In the works of such European researchers as R. Halst, R. Monforta and A. Monforth, the principles, conceptual foundations and basic tools for the implementation of regional and inter-municipal cooperation are defined. The experience of regulating the processes of creating territorial-economic, in particular, industrial complexes in Poland, the Czech Republic, Slovenia, in comparison with the first six EU countries, is based on the principles of economic cooperation in the works of G. Bonsdof, D.Kotsiuby, I.Rakar, B.Tikar and other scholars . Also, key aspects of the economic cooperation of regions are described in the documents of the European Commission, in particular, the provisions of the policy of convergence of levels of economic development of the regions of the EU for the period 2014-2020 and 2021-2027.

However, the results of these studies are still at an initial stage and the question of the formation of an integrated system of state regulation and, especially, the tax regulation by economic cooperation of functional territories at the local, regional, national, international levels in aspact of the ensuring of welfare and achieving the best indicators of socio-economic development of regions and national economy.

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. Regional economic cooperation, principles, mechanisms of application of levers of tax stimulation of cooperation of territorial communities is relevant, but not fully fully studied issues and peculiarities of its disclosure in the theoretical plan, fullness of methodological approaches, proposals, measures in the applied aspect are determined by the characteristic features of those territorial-economic systems, in within the limits of which the consideration of tools of economic cooperation is underway. The need to provide proposals and mechanisms for regulating socio-economic development of communities, the process of establishing an institute for regional economic cooperation, providing methodological support for the assessment of the effectiveness and planning (strategy) of development and cooperation at the level of regions and territorial communities, in mechanisms and measures to stimulate the attraction of capital in the development of territories and intensifying their socio-economic development on the basis of cooperation, in mechanisms of stimulating the participation of regions in Cross-border and international co-operation (in particular on the basis of the Danube Strategy and EU Cohesion Policy) arose due to the need to support economic growth in the community, as well as due to lack of scientific substantiation and methodological provision for the application of such an approach in Ukraine.

Specific task in the sphere of stimulation of socio-economic development on the basis of cooperation is the definition of measures of tax support for the implementation of strategic investment projects at the level of territorial communities. Also relevant for the scientific provision of economic cooperation of the regions is the definition of the concept of functional territory - a category that defines the spatial and economic dimension of the development of economic systems of the local level.

Formulation of research objectives (problem statement). The research objective is to develop the scientific basis for tax incentives for regional economic cooperation as a measure to increase the level of socio-economic development and to promote the social and economic development of regional economic systems in the aspect of the active inclusion of territorial communities in the processes of international economic exchange, ie, globalization.

An outline of the main results and their justification. The development of partnerships and cooperation of territorial communities is perhaps the only way to effectively enhance prosperity in a context

where local decentralization initiatives and global challenges are combined, that is, the process of globalization is taking place. Opportunities for entry into the world markets and participation in international economic exchanges for small local community communities are expanding considerably when applying approaches to stimulating partnerships in terms of globalization. In the process of active reform of decentralization, efforts to build effective local government and achieve the development of territorial economic systems on the basis of European integration and the implementation of international best practices and trends, it is necessary to regulate the promotion of cooperation measures, in particular:

- conducting an economic experiment on preferential taxation of new investment projects implemented in the format of cooperation;
- application of effective tools for cooperation of territorial communities that will allow to fully realize the potential of endogenous factors and conditions of economic ties and specialization, existing points of economic growth on voluntary contractual basis, which can make an alternative to the instrument of creation of joint territorial communities or supplement it without the need for complex administrative-territorial changes.

The practice of applying contractual forms of cooperation of administrative units with the aim of improving their economic capacity, which has been distributed in the EU countries, has not been widely disseminated and implemented in the territory of Ukraine, despite its exceptional value as a measure to stimulate socio-economic development of the regions. The Law "On Cooperation of Territorial Communities" adopted in Ukraine [2] defines the general framework for the application of the cooperation instrument, but does not stimulate the community to cooperate, as it needs additional support in the form of related legislative norms, state and regional policy provisions that should set incentives for implementation of local, regional, national and international investment, innovation and other projects aimed at increasing the community's welfare on the basis of the spi labor and better use of local resources and benefits units. While in all the EU countries an instrument of interregional or inter-municipal cooperation has allowed to form the whole network sectoral economic complexes that really embody and embody the implementation of the principles and goals of sustainable development, in Ukraine, as of February 2019, only 1262 communities became users of the intermunicipal tool cooperation, having concluded only 325 cooperation agreements (Table 1) and prompted the process of such cooperation due to administrative measures and facts of attraction of the international technical services are due even.

Table 1

Activity of participation in regional economic cooperation of regions of Ukraine

Region	Total number of cooperation projects	Number of communities using the inter-municipal cooperation tool	Class of the region by the level of activity of cooperation	Region	Total number of cooperation projects	Number of communities using the inter-municipal cooperation tool	Class of the region by the level of activity of cooperation
Poltava	**97**	**505**	The most active	Ternopil	5	13	Low-active
Vinnitsa	**64**	**192**		Chernivtsi	4	10	
Sumy	36	81	Highly active	Transcarpathian	3	8	
Cherkassy	23	116		Lviv	3	7	
Kharkiv	22	94		Kherson	3	7	
Zhytomyr	16	43		Khmelnitsky	3	12	
Volyn region	11	31	Medium-active	Donetsk	2	5	
Ivano-Frankivsk	11	78		Odesa	2	9	
Chernihiv	11	45		Lugansk	0	0	No activity

Continuation of Table 1

Rivne	10	30		Nikolaev	0	0	
Kirovogradskaya	10	20		m. Kyiv	0	0	
Dnipropetrovsk	9	24					
Zaporozhye	8	16					
Kievskaya	7	9					

* - calculated according to data of [19]

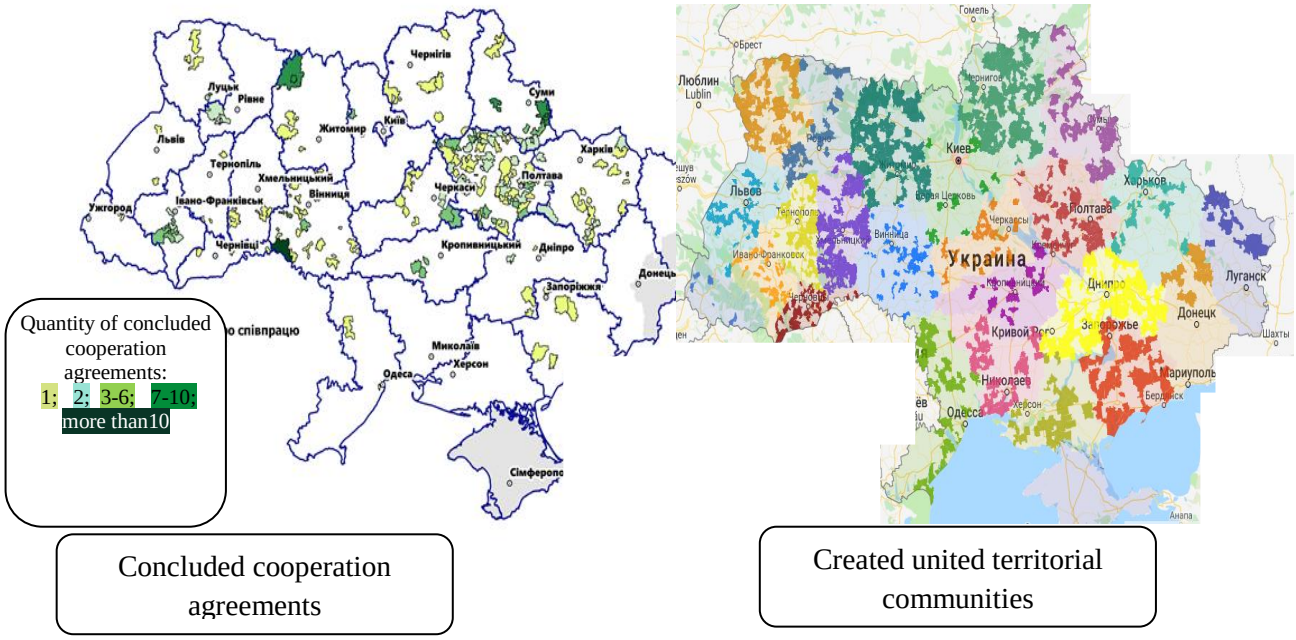

Fig. 1. Activity of the territorial communities of Ukraine on the implementation of cooperation and voluntary association, as of 01.02.2019 р.*

*- calculated according to data of [19]

The pace of economic growth and the state of socio-economic development of the regions depend heavily on the availability of economic growth and well-adjusted regulatory policies and the promotion of business activity. The realities of decentralization, administrative and territorial reform and the system of local self-government show the need to stimulate economic cooperation at all levels of the administrative-territorial hierarchy for the effective use of local potential, obtaining economic benefits from business development, which will promote social uplift and welfare growth, and will allow to increase the economic base for filling the revenue part of the budgets of all levels. The most active and successful process of forming united communities takes place in those territorial units where there is an economic basis for further development, that is, existing industrial complexes, production facilities or centers of business activity that allow communities to achieve economic and fiscal capacity. Economic cooperation of territorial economic systems in this regard can serve as an effective tool for revitalizing the socio-economic development of the regions, as it allows for the formation of stable cooperative ties as the basis for the sustainable development of strategically important activities in certain territories (communities, cities, villages, regions), which will contribute to the creation and development of economic growth. Economic cooperation of territorial systems can act as a catalyst for economic growth in already formed territorial communities, and it is an alternative to community consolidation, when it is impossible to reach a decision on the formation of a joint administrative body, but to achieve the desired effect of scale from consolidating the economic potential of communities is necessary to ensure their ability in the aspect of performing administrative, social (in particular medical, educational) functions, resolving issues with renewed roads and communications, and the conduct of economic activity in a cooperative form.

Economic cooperation should be carried out at different administrative and territorial levels, but the regional level will be the key to solving large-scale issues that are not available at the local level and taking into account the local specifics, advantages and opportunities of individual territorial units, which is difficult to do at the national level. The institutional basis for the implementation of multilevel cooperation is defined by the Laws of Ukraine "On Voluntary Association of Territorial Communities", "On Cooperation of Territorial Communities", the CMU Resolution "On Approval of the Procedure for the Preparation, Conclusion and Implementation of an Agreement on Regional Development and the Model Agreement", and also a number international treaties and provisions of EU policy "European Cohesion Policy 2021-2027". It is supposed that cooperation of the regions with the central authorities on the issues of solving common problems in the area of improving the economic development of the regions is carried out through regional development agreements; cooperation at the local level between cities, communities and villages is carried out with the help of five forms of contracts defined by the Law "On Cooperation of Territorial Communities"; Cross-border and international economic cooperation should be carried out through certain forms of international agreements and treaties. At the same time, the issue of regulating and stimulating the processes of cooperation of territorial economic systems on the principles of mutual benefit is not regulated institutionally and is not substantiated properly in the scientific aspect. Therefore, the proposed methods of economic cooperation are not sufficiently effective, and agreements on regional development are not really effective at all. There are also no grounds for identifying functional areas - a key economic category that defines a set of territorial and economic subcomplexes that can function collectively as a single system suitable for fulfilling common tasks of socio-economic development in the sectoral dimension. In developed countries, and especially the European Union, approaches to the regulated and effective implementation of economic cooperation between regions and communities based on the allocation of functional areas in the form of informal subregional, local, regional, and transboundary entities are rather widespread and developed, take into account local specificities and promote socio-economic development of national economies.

Educational activities to disseminate knowledge about the use of the instrument of cooperation in the territorial communities are actively conducted by experts of the decentralization project in Ukraine [20], but information and communication support in this sense is not enough for the successful implementation of this project in the national economy. The experience of the EU countries shows the need to stimulate and support economic cooperation processes of territorial communities in Ukraine. State aid, competitive financing and tax incentives for the implementation of investment projects were provided in Poland, the Czech Republic, Slovenia, Romania [21] and others. In the latter part of the EU, tax incentives for regional economic cooperation have been used mainly in the form of targeted benefits, for example in Romania, a reduced land tax rate has been proposed in the formation of large-scale agri-businesses engaged in environmentally-friendly agricultural production. In Poland and the Czech Republic, a reduced income tax for new projects for the creation of network industries with the highest added value created in the country [21]. Even in Germany, local taxation is used as a tool to support the implementation of priority investment projects [22, 23].

Stimulation of economic cooperation processes in Ukraine can be carried out with the help of tax measures, the application of which becomes more realistic and relevant in the conditions of decentralization, which leads to progressive changes in a number of legislative acts, in particular, in the tax legislation, in terms of local taxes.

The existing list of local taxes and fees (in accordance with Article 10 of the Tax Code of Ukraine [8] and the Budget Code of Ukraine [24]) includes:

- property tax;
- single tax on entrepreneurship activity (single tax);
- parking fees for vehicles;
- tourists tax.

Also, legislation stipulates that local councils are required to establish a single tax and property tax (in terms of transport tax and land fees, except land tax on forest land) [8]. Local councils within the scope of the powers determined by the Tax Code resolve issues related to the establishment of property tax (with respect to the tax on immovable property other than land) and the imposition of fees for parking vehicles, tourist fees and land tax for forest land. Local councils set the single tax rate for entrepreneurs-individuals of the 1st and 2nd groups and with the help of such powers can significantly stimulate the activity on cooperation, taking into account the following main features of the tax:

- the single tax for entrepreneurs of the 1st and 2nd groups has a significant social significance - the majority of individuals engaged in active economic activity on the territory of cities and communities, registered and are subject to a single tax;

- the single tax on individual entrepreneurs is characterized by high elasticity - for all small entrepreneurs the tax size is very important and they are ready to change the type of economic activity, if it will bring an economic effect in the form of a reduction in the amount of tax;

- reduction of the tax rate to support the implementation of strategically important investment projects cannot create significant risks for the revenue part of local budgets (Table 2).

Table 2

Structure of revenues from own budgets 665 OTGs in Ukraine *

Indicators of tax revenue from the budget	January -July 2017		January -July 2018	
	UAH mln	%	UAH mln	%
Total:	10453,6	100	16962,2	100
Income tax	4100,8	39,2	9388,3	55,3
Excise tax	1259,7	12,1	1281	7,5
Fee for land	2279,5	21,8	2523,6	14,9
Single tax	2231,2	21,3	2803,9	16,5
Real estate tax	227,8	2,2	349,5	2,1

*- calculated according to data of [25]

The impact on the business environment in order to intensify activity on the implementation of investment projects within the framework of cooperation with the help of tax leverage - a single tax on entrepreneurs-individuals - is a very real and legitimated measure that is not applied by local communities. For example, for the border regions of Ukraine it would be possible to support the formation of entrepreneurial networks with efficient logistics and value-added chains, which would allow local entrepreneurs to participate in cross-border cooperation on the basis of economically profitable for themselves and for the national economy.

It is also possible to regulate cooperation in territorial communities with the help of other taxes, namely: personal income tax and corporate income tax. But such taxes are characterized by higher risks and there is a need to introduce legislative changes to put in place such regulators.

Regarding the personal income tax, there are some contradictions in the existing legislation on the tax provision of financial development of territorial communities that concern the delegation of powers to administer and collect taxes with the actual payment of tax payments to certain budgets. The tax on personal income, which by the legislative classification is national, actually serves as the main source of financial support for the economic development of territorial communities, cities and districts, since 60% of the total amount of this tax is levied to the local budgets of the listed administrative-territorial entities. This tax is one of the main for local geo-economic systems and provides the financial supply of local development by 80-90%. However, for local communities at the local level, tools are available only for indirect management of their own revenue-based budget base for personal income tax, namely: it is possible to encourage employers with administrative, informational, consulting, educational and advisory methods on accrual and payment of relatively high wages , which will ensure accrual of higher personal income tax. At the same time, the use of stimulators for socio-economic development of territorial communities with the help of most direct taxes, as is the case in most developed countries, is not possible without the introduction of special changes to the current tax legislation. A possible way to apply tax incentives to economic activity, to encourage investment projects to be implemented and to cooperate with them is to use the terms of Art.11 of the Tax Code of Ukraine [8] on special tax regimes. Special tax regimes are established and applied in the cases and in the procedure, determined exclusively by the Tax Code of Ukraine, and provide for the establishment of a special system of measures that determines the special tax treatment of certain categories of economic entities [8]. A special tax regime may provide for a special procedure for the determination of elements of tax and collection, exemption from the payment of individual taxes and fees.

Provisions of Art.11 of the Tax Code of Ukraine is appropriate in the form of an economic experiment to support the attraction of investments in depressed and border regions, which should ensure the level of socio-economic development and promote the implementation of local preferences of territories in their participation in a globalized economic exchange.

Conclusions and perspectives of further research. The key instrument for conducting regulatory support for the implementation of regional economic cooperation in the territorial communities of Ukraine is local taxes and fees, especially those for which rates are set by local self-government bodies. For the single tax, the institutional framework for the promotion of economic inter-municipal and regional cooperation is already legally defined, but in practice such an instrument is not yet used because of the lack of interest and risks for the state fiscal service due to underperformance of the revenue side of the budget. However, the application of such special preferential terms to the taxation of a single tax of only new investment projects almost alleviates such risks and will promote the increase of entrepreneurial activity in problem areas, where processes of formation of capable united territorial communities pass with significant difficulties. Special taxation conditions for such territories as, for example, the Lower Danube region, should facilitate the formation of efficient business networks that specialize in the implementation of priority economic activities for the given territory, effectively use local resources and potential and are capable of competitive participation in economic exchange at the cross-border, international level.

It is assumed that on the basis of the basic proposals, the directions and aspects of their adaptation and implementation at the basic level will be formulated in order to stimulate economic inter-municipal cooperation in specific territorial economic systems, for example, in the Lower Danube sub-region, and this will be the subject of applied implementation and implementation of investment projects on the basis of partnership and economic cooperation.

ЛІТЕРАТУРА

1. The EU's main investment policy [Електронний ресурс]: European Commission. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/what/investment-policy/.

2. Закон України "Про співробітництво територіальних громад" [Електронний ресурс]: Верховна рада України. - Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18

3. Europe 2020 strategy [Електронний ресурс]: European Commission. – Режим доступу: https://https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en

4. «Концепція реформування системи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні» схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 р. № 333-р р [Електронний ресурс]: URL : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-р/paran8#n8

5. «Про добровільне об’єднання територіальних громад» Закон України від 05.02.2015 № 157-VIII // Відомості Верховної Ради (ВВР). 2015. № 13. ст.91

6. Про Затвердження Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020 : Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015 // Офіційний вісник України. 2015. № 4. ст. 67.

7. Стратегія сталого розвитку "Україна-2030" проект [Електронний ресурс]: UNDP. URL :http://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf [in Ukrainian].

8.Податковий кодекс України - [Електронний ресурс]. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17

9. А.Ткачук А. Державна регіональна політика в Україні: від декларацій до регіонального розвитку [Електронний ресурс] / А.Ткачук, К. Меддок, О. Мрінська, Ю. Третяк. URL : https://dt.ua/internal/derzhavna-regionalna-politika-v-ukrayini-vid-deklaraciy-do-regionalnogo-rozvitku-_.html.

10. Šipilova V. Testing the Approaches of Regional Development in Small Municipalities [Електронний ресурс] / Viktorija Šipilova , Ludmila Aleksejeva and Inta Ostrovska // Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics. 2016. URL : http://ibimapublishing.com/articles/JEERBE/2016/677185/677185.pdf. - DOI: 10.5171/2016.677185

11. Kaczmarek T. Struktury terytorialno-administracyjnei ich reformy w krajach europejskich [Tekst]/Tomasz Kaczmarek. Poznań : Wydawnictwo Naukowe UAM, 2005. P. 14.

12.Smarter, greener, more inclusive? Indicators to support the Europe 2020 strategy [Електронний ресурс] // Statistical books.Publications Office of the European Union. 2016. URL : http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7566774/KS-EZ-16-001-EN-N.pdf/ac04885c-cfff-4f9c-9f30-c9337ba929aa.- DOI: https://doi.org/10.2785/571743

13. Loginova J. Local and regional development towards more sustainable communities and regions in rural Komi [Електронний ресурс] / Julia Loginova // This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License: 2014. URL : http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/. - DOI: http://dx.doi.org/10.7557/5.3202

14. Carmenado I. Project Management Competencies for Regional Development in Romania: Analysis from "Working with People" Model / Ignacio de los Ríos-Carmenado, Adrian Turek Rahoveanu, Ana Afonso Gallegos // Procedia Economics and Finance. 2014. Vol 8. p. 614-621. DOI: https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00136-1

15. Barca F. The case for regional development intervention: place based versus place neutral approaches / Fabrizio Barca Philip McCann Andrés Rodríguez Pose // Journal of regional science. 2012. Vol. 52. p.134-152. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1467-9787.2011.00756.x

16. Dhillon A. Tax Competition Reconsidered / Amrita Dhillon, Myrna Wooders, Ben Zissimos // Journal of Public Economic Theory. 2007. Vol. 9. Is. 3. p. 391-423. doi: https://doi.org/10.1111/j.1467-9779.2007.00312.x

17. Christina D. Romer, David H. Romer The macroeconomic effects of tax changes: estimates based on a new measure of fiscal shocks // American Economic Review. 2010. Vol. 100. №. 3. p. 763-801

18. Wilson John D. A theory of interregional tax competition / John D.Wilson // Journal of Urban Economics. – 1986. – Vol. 19 - Issue 3. – p. 296-315.–doi: https://doi.org/10.1016/0094-1190(86)90045-8

19. Співробітництво територіальних громад: інфографіка [Електронний ресурс] : Офіційний сайт децентралізації в Україні. URL : https://decentralization.gov.ua/cooperation/gallery

20. Міжмуніципальне співробітництво: експерти [Електронний ресурс]: Офіційний сайт децентралізації в Україні. URL : https://decentralization.gov.ua/news/10654

21. R Prud'homme Informal Local Taxation in Developing Countries[Електронний ресурс] / R Prud'homme // Environment and Planning C: Politics and Space: 1992. URL : https://journals.sagepub.com/doi/10.1068/c100001 - doi:https://doi.org/10.1068/c100001

22. Blöchliger H. Local taxation, landuseregulation, andlanduse [Електронний ресурс] / Hansjörg Blöchliger, Christian Hilber, Olivier Schöniand Maximilian von Ehrlich // OECD Library. 2017. Vol. 1375. 27p. URL : https://www.oecd-ilibrary.org/economics/local-taxation-land-use-regulation-and-land-use_52da7c6a-en– doi:https://doi.org/10.1787/52da7c6a-en

23. Bischoff I., Krabel S. Local taxes and political influence: evidence from locally dominant firms in German municipalities [Електронний ресурс] // International Tax and Public Finance. 2017. Vol. 24, Is.2, pp 313-337. URL : https://link.springer.com/article/10.1007/s10797-016-9419-y

24. Бюджетний кодекс України. [Електронний ресурс]. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2756-17

25. Результати фінансової децентралізації за 10 місяців 2018 року – експертний аналіз [Електронний ресурс] : Офіційний сайт децентралізації в Україні. URL : https://decentralization.gov.ua/news/10197

REFERENCES

1. The EU's main investment policy *European Commission* – Retreived from: http://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/what/investment-policy/ [in English].

2. Zakon Ukrainy "Pro spivrobitnytstvo terytorialnykh hromad" [Law of Ukraine "On Cooperation of Territorial Communities"]. *https://zakon.rada.gov.ua.* Retreived from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1508-18 [in Ukrainian].

3. Europe 2020 strategy *European Commission* – Retreived from: https://https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/eu-economic-governance-monitoring-prevention-correction/european-semester/framework/europe-2020-strategy_en [in English].

4. «Kontseptsiia reformuvannia systemy mistsevoho samovriaduvannia ta terytorial'noi orhanizatsii vlady v Ukraini» skhvaleno rozporiadzhenniam Kabinetu Ministriv Ukrainy [The concept of reforming the

system of local self-government and territorial organization of power in Ukraine "was approved by the order of the Cabinet of Ministers of Ukraine]. (2014) *www.kmu.gov.ua*. Retreived from: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-r/paran8#n8 [in Ukrainian].

5. Zakon Ukrainy «Pro dobrovil'ne ob'iednannia terytorial'nykh hromad» [Law of Ukraine «On Voluntary Association of Territorial Communities»] (2015) *Vidomosti Verkhovnoi Rady (VVR)*, 13, st.91 [in Ukrainian].

6. «Pro Zatverdzhennia Stratehii staloho rozvytku «Ukraina – 2020»Ukaz Prezydenta Ukrainy [Decree of the President of Ukraine "On Approval of the Strategy of Sustainable Development" Ukraine-2020"]. (2015) *Ofitsijnyj visnyk Ukrainy*, 4, art. 67 [in Ukrainian].

7. «Stratehiya staloho rozvytku «Ukraina – 2030» proekt [Strategy of Sustainable Development" Ukraine-2030" project]. (2017) *http://www.ua.undp.org.* Retreived from: http://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf [in Ukrainian].

8.Podatkovyi kodeks Ukrainy.[Tax Code of Ukraine]. *www.zakon.rada.gov.ua*. Retreived from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17 [in Ukrainian].

9. Tkachuk A., Meddok K., Mrins'ka O. & Tretiak Yu (2013) Derzhavna rehional'na polityka v Ukraini: vid deklaratsij do rehional'noho rozvytku [State regional policy in Ukraine: from declarations to regional development]. Retreived from: https://dt.ua/internal/derzhavna-regionalna-politika-v-ukrayini-vid-deklaraciy-do-regionalnogo-rozvitku-_.html [in Ukrainian].

10. Šipilova V., Aleksejeva L. & Ostrovska I. (2016) Testing the Approaches of Regional Development in Small Municipalities [Testing the Approaches of Regional Development in Small Municipalities]*Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics.* Retreived from: http://ibimapublishing.com/articles/JEERBE/2016/677185/677185.pdf. DOI: 10.5171/2016.677185 [in English].

11. Kaczmarek T.Strukturyterytorialno-administracyjneiichreformyw krajach europejskich [Tekst]/TomaszKaczmarek. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM, 2005. P.14. [in Polish].

12.Smarter, greener, more inclusive? Indicators to support the Europe 2020 strategy (2016) *Statistical books.* – Retreived from: http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/7566774/KS-EZ-16-001-EN-N.pdf/ac04885c-cfff-4f9c-9f30-c9337ba929aa.- DOI: 10.2785/571743 [in English].

13. Loginova Julia (2014). Local and regional development towards more sustainable communities and regions in rural Komi [Local and regional development towards more sustainable communities and regions in rural Komi] *This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License*: Retreived from: http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/. DOI: http://dx.doi.org/10.7557/5.3202 [in English].

14.Carmenado I., TurekRahoveanu A. & AfonsoGallegos A. (2014) Project Management Competencies for Regional Development in Romania: Analysis from “Working with People” Model [Project Management Competencies for Regional Development in Romania: Analysis from “Working with People” Model] *Procedia Economics and Finance.*Vol. 8, 614–621. DOI: https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00136-1 [in English].

15. Barca F., McCann Ph.&Rodríguez Pose A. (2012) The case for regional development intervention: place based versus place neutral approaches [The case for regional development intervention: place based versus place neutral approaches] *Journal of regional science,* Vol. 52, 134-152. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1467-9787.2011.00756.x [in English].

16. Dhillon A., Wooders, M., Zissimos, B. (2007) Tax Competition Reconsidered [Tax Competition Reconsidered] *Journal of Public Economic Theory. Vol.* 9 (Is. 3), 391-423. DOI: https://doi.org/10.1111/j.1467-9779.2007.00312.x [in English].

17.Romer, C., Romer, D. (2010) The macroeconomic effects of tax changes: estimates based on a new measure of fiscal shocks[The macroeconomic effects of tax changes: estimates based on a new measure of fiscal shocks] *American Economic Review. Vol.100* (Is. 3), 763-801[in English].

18. Wilson John D. (1986) A theory of interregional tax competition [A theory of interregional tax competition]*Journal of Urban Economics,Volume 19* (Issue 3), 296-315. doi: https://doi.org/10.1016/0094-1190(86)90045-8 [in English].

19. Spivrobitnytstvo terytorialnykh hromad: infohrafika [Territorial Communities Cooperation: Infographics] (2019) *https://decentralization.gov.ua.* Retreived from: https://decentralization.gov.ua/cooperation/gallery [in Ukrainian].

20. Mizhmunitsypalne spivrobitnytstvo: eksperty [Inter-municipal cooperation: experts] (2019) *https://decentralization.gov.ua.* Retreived from: https://decentralization.gov.ua/news/10654 [in Ukrainian].

21. R Prud'homme (1992) Informal Local Taxation in Developing Countries. *Environment and Planning C: Politics and Space*.Retreived from:https://journals.sagepub.com/doi/10.1068/c100001 - doi:https://doi.org/10.1068/c100001 [in English].

22. Blöchliger H., HilberCh.,SchöniO.&MaximilianvonEhrlich (2017) Local taxation, land use regulation, and land use.*OECDiLibrary Volume1375,* 27.- doi: : https://doi.org/10.1787/52da7c6a-en. [in English].

23. BischoffI.&KrabelS. (2017) Local taxes and political influence: evidence from locally dominant firms in German municipalities. *International Tax and Public Finance*, Volume 24, Issue2, 313–337. Retreived from: https://link.springer.com/article/10.1007/s10797-016-9419-y [in English].

24. Biudzhetnyi kodeks Ukrainy. [Budget Code of Ukraine]. *www. zakon.rada.gov.ua.* Retreived from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2756-17 [in Ukrainian].

25. Rezultaty finansovoi detsentralizatsii za 10 misiatsiv 2018 roku – ekspertnyi analiz [The results of financial decentralization for the 10 months of 2018 - expert analysis] (2019) *https://decentralization.gov.ua.* Retreived from: https://decentralization.gov.ua/news/10197 [in Ukrainian].

УДК 611.2:338.47
JEL F02, F60, L91, R49

Lavrushchenko Yu.O.,
PhD. Econ. Sciences, Senior researcher
Market of Transport Services Department
Institute Of Market Problems and Economic&Ecological Research of the National Academy Of Sciences Of Ukraine,
Frantsuzskiy boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: juliana.lavr85@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0336-2376

THE ROLE OF MARITIME TRANSPORT IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

Topicality. *In the article the author considers problems of effective development of national sea transport from a position of globalization of economic relations and participation of the country in international division of labour. It is necessary to pay attention to the character of formation of macroeconomic and entrepreneurial results of fleet and commercial ports development.*

Aim and tasks. *The principles of achievement of functional and economic stability of sea transport enterprises are Considered taking into account international conventions of freight independence of priority cargo flows. And also highlight one of the most important tasks for the development of the national transport system-the achievement of freight independence of foreign trade operations and the solution of commercial problems-maximizing the currency profit. The author identifies the main reason for the situation, which leads to an increase in economic losses and security problems-a violation of the principle of complexity development of the national economy.*

Research results. *Simultaneously with the elaboration of the shipping policy it is necessary to define basic ports and choose a strategy of restructuring and institutionalization of various functional activities in the property system. The Integrated development of maritime transport means the conformity of its parameters with the main macroeconomic indicators, the extent of participation in international exchange and in-system compliance of capacities and cash flows. Maximizing synergy potential in the form of multimodal transport corridors and logistic distribution systems should fully ensure the economic security of Ukraine.*

Conclusion*. The importance of maritime transport for normal economic, social and political stability and security of the State determines the urgency of developing an active strategy of the country as a maritime power. The state maritime transport policy should be aimed at solving two global problems: transport security of economic system and freight independence of foreign economic activity.*

Having analyzed the current state of navigation in Ukraine, we can conclude that the positions of national shipping companies, both public and private, are weakening every year – the volume of transportations carried out by the fleet under the Ukrainian flag is decreasing. At the same time, in Ukraine there is a problem of absence of a fleet and accordingly workplaces for marine experts. As a result, there is an outflow of qualified personnel from Ukraine to foreign shipping companies, and labor migration is one of the many aspects of the deep and all-encompassing systemic crisis in our country.

Keywords: *integration processes, transport corridors, cargo flows, freight market, shipping company, competitiveness.*

Лаврущенко Ю.О.,
Канд. екон. наук, с.н.с.
Відділ ринку транспортних послуг
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: juliana.lavr85@gmail.com
ORCID: 0000-0003-0336-2376

РОЛЬ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Актуальність. *Розглянуто проблеми ефективного розвитку вітчизняного морського транспорту з погляду глобалізації економічних відносин та участі країни в міжнародному дивізіоні праці. Автор звертає увагу на природу формування макроекономічних і підприємницьких результатів розвитку флоту і комерційних*

портів. Розглянуто принципи досягнення функціональної та економічної стійкості підприємств морського транспорту з урахуванням міжнародних конвенцій про незалежність вантажу від пріоритетних вантажопотоків.

Мета та завдання. *Розглянуто принципи досягнення функціональної та економічної стійкості підприємств морського транспорту з урахуванням міжнародних конвенцій про незалежність вантажу від пріоритетних вантажопотоків. А також виділити одне з найважливіших завдань для розвитку національної транспортної системи-досягнення вантажних незалежності зовнішньоторговельних операцій і вирішення комерційних проблем-максимізація валютного прибутку. Автор визначає головну причину ситуації, яка призводить до збільшення економічних втрат і проблем безпеки - порушення принципу розвитку складності вітчизняної економіки.*

Результати. *Одночасно з розробкою судноплавної політики необхідно визначити основні порти і вибрати стратегію реструктуризації та інституціоналізації різних функціональних заходів у системі нерухомості. Комплексний розвиток морського транспорту означає відповідність його параметрів з основними макроекономічними показниками, мірою участі в міжнародних обмінних і відповідності за системою виробничих потужностей і грошових потоків. Максимізація потенціалу синергії у вигляді мультимодальних транспортних коридорів і логістичних систем розподілу має овністю забезпечити економічну безпеку України.*

Висновки. *Об'єктивна важливість морського транспорту для нормальної економічної, соціальної і політичної стабільності і безпеки держави визначає актуальність розвитку активної стратегії країни як морської влади. Державна морська транспортна політика має бути спрямована на розв'язання двох глобальних проблем: транспортної безпеки економічної системи та незалежність вантажу від зовнішньогосподарської діяльності.*

Проаналізувавши поточний стан судноплавства в Україні, можна зробити висновок, що з кожним роком послабляться позиції національних судноплавних компаній, як державних, так і приватних, – обсяги перевезень, що здійснюються флотом під українським прапором. У той же час в Україні існує проблема відсутності флоту і відповідно робочих місць для морських експертів. В результаті, існує відтік кваліфікованих кадрів з України на іноземні пароплавства, а трудова міграція є одним з багатьох аспектів глибокої і всеосяжної системної кризи в нашій країні.

Ключові слова: *інтеграційні процеси, транспортні коридори, вантажні потоки, вантажні ринки, пароплавство, конкурентоспроможність.*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. The Processes of globalization of economic relations predetermine both general and specific tasks and goals of the national economy in effective positioning in the international division of Labor [7, 8]. In this aspect the maritime merchant fleet, being the economic subsystem of the state must perform a number of principal functions. The traditional task of the merchant fleet development was to ensure commercial efficiency of operation. Globally, attention is drawn to two trends: the growth of the merchant fleet's grandfather on the basis of innovative solutions and organizational and economic support of the competitiveness of national shipowners. Strengthening of international specialization is connected with economic safety of national producers in integration processes. A Special place in this process is played by the merchant fleet [2].

The organizational and economic mechanism of complex development of sea transport [6] should provide and stimulate the optimality of positioning of the merchant fleet and ports of Ukraine in the world market space taking into account the factors of globalization [1, 8] and the integration of economic relations. Thus the entrepreneurial problems of competitive stability on quality of transportation process, economy and adequacy on technical and economic level should be solved. Two approaches to the formation of a regional maritime transport complex Should be distinguished. One is focused on achieving a deep and sustainable specialization in the face of limited labour resources. The opposite strategy is considered necessity of complex development of enterprises of various kinds of activity. In this condition for a long time was the maritime transport infrastructure of Ukraine. In certain proportions were presented shipping, port and ship repair business. This approach has been disrupted as a result of the reform errors. The potential of the merchant fleet has been lost. Insufficiently grounded structural and organizational transformations in ship repair and machine-building farms were carried out.

Ukraine should become a powerful transit between the EU and Asia. However, despite the fact that now transport is 6.7 % of GDP and 6% of the total number of employed population (according to the results of 2016), this goal is still far from realization.

And new transport requirements are added to this – now the industry is an integral part of the country's defense capability.

To understand how the industry will evolve in the coming decade, the Ministry of infrastructure has prepared a draft National transport strategy – 2030.

The Normative Act establishes a number of complex tasks: implementation of EU directives within the framework of the association Agreement, Introduction of principles of corporate governance and transparency of decision-making, development of competition and liberalization of markets, ensuring Proper financing of transport infrastructure modernization, minimization of environmental impact, introduction of new traffic safety standards, increase of transport service level.

Comparison of macroeconomic indicators of development of Ukraine allows to draw certain conclusions. The shipment of goods is unbalanced with the change of the main factors that determine the development of the transport system. If we compare the amount of foreign trade and GDP, we can conclude that the export industries are reviving. However, this process was not accompanied by the integrated development of maritime transport. The country's Economy has therefore lost the potential flow of freight revenue. It is enough to mention that transportation of tons of cargoes of world economy provides transport income up to 60 dollars.

However, the most important problem in addition to lost freight revenue is economic security of the country in the implementation of integration strategies. Absence of an integrated approach to transport provision of alternative routes of energy resources delivery and sustainable positioning of grain of Ukrainian producers in the regions of constant demand leads to increased risks effective implementation of national interests.

Analysis of recent publications on the problem. Problems and analysis of the development of sea transport in Ukraine, as well as the role of sea transport in the global economy and its formation are widely highlighted in the works of V.V. Vinnikov, Yu.V. Makogon, M. Kotlubai, N. Lukianovich, N.L., Nikolaeva L.L.

The studies of theoretical and practical aspects of the functioning and effective development of national maritime transport from the standpoint of the globalization of economic relations are devoted to the work of domestic and foreign scientists, such as V.G. Bakaev, B.V. Burkinskyi, A.M. Kotlubai, G.S. Makhurenko, N.T. Primachev, Yu.M. Cvetov.

However, despite the significant contribution of the authors of these studies to the study and analysis of the problems of the development of maritime transport in Ukraine, the reviewed works did not highlight the ways and prospects for the development of the maritime industry in general regarding the current situation in Ukraine. The presented works of the authors served as the fundamental basis for the analysis and justification of the strategic priorities for the development of the maritime industry in Ukraine.

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. However, the increment of the transit business only on the basis of commercial ports without recreating the transport fleet does not provide solutions to complex problems of Ukraine's becoming a maritime power and equal participation in integration processes International economy.

The Problem of complex development of the majority of sea trade ports is insufficient concentration of cargo flows, and consequently, low specialization, that also hinders efficiency of participation of such ports in the transit business. Only with sufficient concentration can be profitable specialized cargo terminals, which are based on high-performance hoisting-transport machines.

It can be concluded that neither economic growth, nor the geo-strategic position and level of transit of Ukraine have led to a significant increase in the volumes transportation of goods by the transport system of the country.

Also at present the role of regional complexes in formation of cargo flows and maintenance of global economic relations is increased, as evidenced by the increase of the share of river transport operating in the zone of Black and Mediterranean seas.

The author defines the main reason of the current situation, which leads to increase of economic losses and security problems, is violation of the principle of complexity development of national economy. There are two circumstances: mistakes in choosing macroeconomic priorities, lack of incentives and economic and legal support of entrepreneurial initiative in the shipping sector with total deficit of investment resources.

The total export of transport services accounted for 80 per cent of transit cargo. Transport and road complex is a systemic element that determines the degree of development of economic potential and industrial structure of any country. In the past, transport has contributed to the production sector by serving, and now transport is becoming a prerequisite for its growth and development. Therefore, the transport and

road system should develop at a faster pace, but in a functional-structural balance with the basic branches of the national economy.

The issue of concentration of capital assets and carrying capacity of shipping companies remains an Unresolved problem in the practical, methodological and theoretical aspects. The criterion is described clearly – efficiency of costs and cost of the enterprise. But in terms of its achievement the main thing is the optimality of management in the system of complex relations on the freight market. Comparison of the results of the vessels ' operation with the cost of chartering foreign tonnage and estimating the losses of effective workplaces gives the basis for forming programs providing realization of the conception of national merchant fleet formation.

The processes of globalization [3, 8] of the global freight market and the need to use the transit potential of Ukraine are reflected to a certain extent in plans for the development of basic container ports. Given the risk and limited investment resources, two situations Have been developed: the minimum and maximum incremental throughput of the terminals. The Problem and the task of integrated development of maritime transport units of the country is the age limit of ships-it reaches 25 years. Whereas in normal development, it should be maintained within 10 – 14 years.

Formulation of research objectives (problem statement). At any level of integration into the European space, Ukraine should take into account the capacity of alternative markets for traditional production. This is primarily the Asia-Pacific region, which is characterized by a high rate of development and has no such restrictions as the European market for competitive products. This circumstance strengthens the value of own merchant fleet in the structure of export of transport services. The organizational and economic mechanism aimed at the establishment and functioning of the national network of international transport corridors should provide tools for the management of integrated development of maritime transport capacity. The gradual departure of the state from direct management of economic activity predetermines the creation of alternative forms of ownership. At the first stage of reorganization of sea transport joint-stock companies with the state share of ownership were established. However, the lack of a mechanism to manage macroeconomic interests led to the loss of property, as happened with the Black Sea shipping company. Ignoring the role of maritime transport in the country's economic security system was manifested in weakening of the state approach to the choice of the industry management mechanism. Departure from the principle of responsibility and professionalism in appointing the presidents of the Black Sea Shipping Company and the heads of the department of maritime and river transport led to the collapse of the enterprise. The collapse of the largest and most efficient shipping company was observed [9].

Thus, in the conditions of the planned economy labor in domestic shipping becomes a market category. Further aggravation of the process in Ukraine led to a significant imbalance between the capacity of the national fleet and the number of seafarers, citizens of Ukraine.

As a result, the ukrainian sector of seafarers in the international labor market was formed. The negative sides of this process include significant socio-economic losses due to the lack of legal protection of specialists who used the services of crewing companies working with sub-standard shipowners. At the same time, an attempt was made to account for the flows of Ukrainian citizens working under contracts in various sectors of the global labour market, which in a complex organization could form normal sources of investment resources corresponding world practice.

It is important to keep the priorities in the relations of organizational and legal forms of enterprises in the regional economic structure. The proactive approach to the formation of any form of ownership of transport enterprises providing sufficient density of transport services in the region is to be welcomed. It is necessary at the same time to be extremely cautious about the change in the form of ownership of effectively working enterprises [4, 6].

The country's economic security is closely linked to the integrated development of the national transport system and the approximation of the share of the merchant marine fleet to 40 per cent coverage of export and import freight flows. Two issues should be considered. One is focused on achieving the freight independence of foreign trade operations. The second is the solution of purely commercial tasks – maximization of currency profit. In the first block, the priority should be to provide for the unimpeded maintenance of national foreign trade flows by the minimum cost criteria. These problems are not solved even in logistic commodity-conducting systems in which the national transport complex does not take part. Due to the violation of the complexity principle, the dependence on external factors and conditions has increased. [1, 7].

An outline of the main results and their justification. Priority should be given to the development of a set of political, economic, organizational and legal measures that determine Ukraine's position in world shipping and ensure the independence of national foreign trade in the freight market. Simultaneously with the elaboration of the shipping policy it is necessary to determine the basic ports and choose the strategy of restructuring and institutionalization in the property system of diverse functional activities.

With limited investment resources, the problem of unsystematic development of cargo terminals is formed. Consequently, the principle of specialization of commercial ports is violated.

However, in the ports of Ukraine there are already capacities, providing not only the forecasted volume of grain export-10 mln tons, but also the volume of transit [6, 8].

Regional specialization of the seaside zone, which is based on the full use of water space, determines the expediency of development of industrial and financial groups. The presence of a powerful shipbuilding potential in the south of Ukraine was not used in the most critical periods of state construction. Due to the loss of solvency of shipping companies and rigid competition in the structure of the world shipbuilding complex Ukrainian shipyards were privatized on the principles of ensuring the loading of hull building shops by external investors. Such investors became foreign shipbuilding firms, which subsequently acquired the State share of shares. However, the capacity has not been loaded and fully balanced in the future. One of the problems of the shipbuilding industry is the imperfection of the organization of the market of financial and credit services in the country. Ukrainian shipbuilding plants are not available cheap loans, so most of them are focused on the use of their own funds and in every way avoid external (commercial) lending of innovative projects. However, its own financial resources are not enough for the organization of Innovation development department and introduction of innovative technologies. It would be advisable to orient the capacity of the domestic shipbuilding industry for the construction of non-large-tonnage vessels of ro-ro type. Such changes require considerable support from the state through a flexible tax policy and assessment of the state of the cargo base, which forms the demand for certain types of tonnage.

This can be traced by the results of the activity of river ports that came out of the state form of ownership. Many of them did not find a normal place in the transport and economic relations of the region and the country as a whole. At the same time, the emergence of private transshipment terminals is associated with the creation of new jobs confirms the effectiveness of the formation of cash flows, taking into account both entrepreneurial and system-wide tasks. However, in this regard, the state system in the initial period of the life cycle of the iconic enterprises should implement approaches to stimulate activities related to the economic security of the country.

The processes of deepening the international division of labour are the basis of the world integration processes covering different markets, among which the special place belongs to the navigable one [4]. They are accompanied by the internationalization of capital, the diffusion of scientific and technical solutions in the system of openness of national economies. Under these conditions, the development of national maritime transport subsystems Is of fundamental importance from the standpoint of the stability of meso-economic structures. The integrated development of maritime transport means the conformity of its parameters with the main macroeconomic indicators, the extent of participation in international exchange and in-system compliance of capacities and cash flows. The world community maximizes synergistic potential in the form of multimodal transport corridors and logistic commodity-conducting systems [3, 6].

The principal attention should be given to the issues of improvement of interregional and international transport and economic relations [6, 7] of Ukraine, problems of development of Ukrainian zones of international transport corridors, increase competitiveness of national maritime transport enterprises. These directions can be attributed to the basic conditions of Ukraine's entry into the world transport system on the principles of international integration. Participation in development of international transport corridors will allow to expand export of transport services by using transport infrastructure for transit transportations of passengers and cargoes that stimulates increase of demand for services of Ukrainian transport system and its integrated development.

The nature of the state's relations to the development of maritime transport should be determined by the fact that the merchant fleet belongs to an important instrument of foreign policy strategy [2]. At the same time, Ukraine has passed the frontiers of economic security of loss of status of the sea power. Despite the growth of tonnage of the merchant fleet, the control over the courts of national and "convenient" flags has been lost. Marine labor resources provide operational activity of foreign shipowners.

This led to the withdrawal of the fleet to offshore zones and foreign registers, but did not save from financial persecution of real and imaginary creditors. Ukrainian cargoes and incomes from their transportation provide the activity of foreign shipping companies. Strengthening their financial position increases the gap in the competitiveness of remaining balance tonnage and foreign shipowners.

It is important to define the economic development objectives of the maritime transport complex of Ukraine on the adequacy criteria for national needs and external factors. Limitations in the choice of directions and parameters of production capacity formation are reduced to conformity of basic potential and integration processes [11].

It is necessary to pay attention to the fundamental importance for the integrated aspirations of Ukraine in the marine complex. Its role is not realized sufficiently, therefore the target national program of stability of functioning of merchant fleet, seaports, shipbuilding base and service units of the complex is not developed. Management of sustainable development of the transport component of the marine complex should be carried out in accordance with the method given (Formula 1). Then The parameters of stability of the sea transport complex should be regulated on Based on the principle of capacity adequacy on macroeconomic results.

$$\sum^{T} D_N T_Э p_{ctc} \alpha_{ti} \geq \sum^{T} Q_{ВЭС} \cdot C_{ST} \alpha_{ti} + \sum^{T_2} K_{pj} \alpha_{tj} \qquad (1)$$

where T – the estimated period of the strategic program of development of the merchant fleet by the criterion of providing the national cargo base within participation in integration technologies;

D_N – the parameters of the deadweight, which enable the IMO Conventions to function sustainably in the interests of national ports as well as in the free sectors of the freight market;

$T_Э$ – competitive operational period to the maximum of fleet performance and reliability of operation;

p_{ctv} – time-charter equivalent, taking into account the dynamism of the freight market;

α_{ti} – the coefficient of discounting of cash flows of functional activity of the fleet;

$Q_{ВЭС}$ – the volume of sea transportations regulated by the IMO Convention and the principles of development of logistic commodity-conducting systems;

C_{ST} – cost (average costs) determined by the estimated capacity of the transport capacity;

$T_ч$ – period of development, during which the investment flows on formation of development of the national merchant fleet change;

K_{pj} – capital expenditures for years of transport capacity building;

α_{tj} – accumulation

At the same time the pace and stages of the strategy of normalized development of the national marine complex are regulated by the following factors: geopolitical situation of the country and priority of separate functions of sea transport; the attitude of state bodies to solving the problem of transport independence in the general context of the country's sovereignty; real social, economic and production opportunities for the development of the maritime transport complex.

Conclusions and perspectives of further research. Transport infrastructure is the driving force of the Ukrainian economy, which allows Ukraine to realize its economic opportunities.

The program of work of shipping enterprises of sea transport should take into account the market proportions of transport services, as well as complexity development of world shipping and the state of the freight market. In terms of common national interests, despite the increased degree of economic risks, the resumption of full-fledged merchant shipping on the basis of competitive shipping companies becomes the most urgent task.

Strategic directions of restoration of transport potential of the maritime complex of the country are:

1) use of national shipbuilding base for formation of carrying capacity of shipping companies of the flag of the state at normal tax lending until the financial stability of the enterprises is achieved;

2) wide use of alternative forms of ownership and diversity of sources of financing of investment programs;

3) application of a liberal system of depreciation, which allows both reimbursement of spent funds for the formation of fixed capital and its normal reproduction;

4) optimization of the sea transport management scheme according to the criteria of economic and functional stability of enterprises on the world freight market;

5) use of cargo preferences for national shipowners within the world practice;

6) adherence to technical policies that enable enterprises to improve their technical and economic level and competitiveness in the management of freight independence of foreign trade.

Also it is possible to allocate strategic problems for development of sea and inland water transport:

- renewal of the sea merchant fleet, dredging and towing fleet and stimulation of competition;
- concession of state stevedoring companies, development of infrastructure of deep sea ports and construction of specialized transshipment complexes;
- simplification of procedures for registration of ships under the national flag of Ukraine and the system of certification of Ukrainian seafarers, ensuring compliance with international standards of training and evaluation of qualifications.
- modernization of river infrastructure and reduction of river transport costs;
- integration of inland waterways into the overall EU logistics network TEN-T and development of the European Water Corridor E-40 between the Black and Baltic seas;
- simplification of the procedure of access to navigation by inland waterways of vessels under a foreign flag.

National merchant fleet of Ukraine in modern conditions can not expect direct public investment. However, in the development of a normal shipping policy, there may be widespread use of reasonable support and favourable investment and general economic conditions. State authorities for the development of the fleet should stimulate the attraction of alternative investment resources while preserving national interests. Considering the price competitiveness of Ukrainian shipbuilding and ship repair enterprises, as well as a significant number of jobs and the role in the formation of the social environment of coastal regions, the main form of their support should be used economic and legal guarantees of capacity loading.

In the world shipping practice the state carries out the most important functions for protection and maintenance of the navigable companies irrespective of the form of ownership. This is participation in the work of international intergovernmental organizations and conferences. The elaboration and conclusion of international agreements, treaties and conventions and the enforcement of international legal provisions are a special place [10].

At the same time, the transportation process is expanding on the basis of the shipping companies ' alternative forms of ownership. The share of cargo processing on the basis of non-state port terminals Increases. Complexity of management of efficiency of development of sea transport enterprises is conditioned by their dependence on conditions of macroeconomic condition, foreign economic activity and international economy. Territorial dispersion of production and consumption, the factor of time and the problem of increasing property form the regularities of operation of sea transport enterprises.

ЛІТЕРАТУРА

1. Винников В.В. Проблемы комплексного развития морского транспорта. Монография / Институт проблем рынка и экномико-экологических исследований НАНУ, Одеск. Национ. Морская академия. О. Феникс, 2005. 300 с.

2. Котлубай О.М. Економічні механізми розвитку торговельного мореплавання в Україні. Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2004 . 453 с.

3. Лукьянович Н.В. Морской транспорт в мировой экономике. М. : Моркнига. 2009. 162 с.

4. Макогон Ю.В. Украина – держава морская: Монографія [Ю.В. Макогон, А.Ф. Лысый, Г.Г. Гаркуша, А.В. Грузин; под ред. Ю.В. Макогон]. Донецк : Изд-во „Ноулидж” (донецкое отделение), 2010. 391 с.

5. Милославская С. В., Плужников К. И. Мультимодальные и интермодальные перевозки М. : РосКонсульт, 2001. 368 с.

6. Пайк Р., Нил Б. Корпоративные финансы и инвестирование. СПб. : Питер, 2006. 784 с.

7. Плужников К. И. Транспортное экспедирование. М. : Росконсульт, 1999. 576 с.

8. Примачев Н.Т., Примачев А.Н. Принципы интеграции в торговом судоходстве. Одесса : Феникс, 2005. 268 с.

9. Примачев Н.Т., Вовк О.Ю. Эффективность функциональной деятельности предприятий морского траснпорта [текст]. Одесса : ИПР и ЭЭИ, 2001. 247 с.

10. Пугель Линдерт. Международная экономика. М. : Дело и сервис, 2003. 800 с.
11. Сакс Дж. Макроэкономика. Глобальный подход. М. : ДЕЛО, 1996. 848 с.

REFERENCES

1. Vinnikov, V. V. (2005). Problemy kompleksnogo razvitiia morskogo transporta. [Problems of integrated development of maritime transport]. Monografiia / Institut problem rynka i eknomiko-ekologicheskih issledovanii NANU, Odesk. Nacion. Morskaia akademiia.- O.. Feniks [in Russian].
2. Kotlubai, O. M. (2004). Ekonomichni mehanizmi rozvitku torgovel'nogo moreplavannia v Ukraini [Economic mechanisms of development of merchant shipping in Ukraine]. Odesa, IPREED NAN UKRAINI.
3. Lukianovych, N.V. (2009). Morskoi transport v myrovoi ekonomyke [Maritime transport in the global economy]. M.: Morknyha [in Russian].
4. Makohon, Yu.V. (2010). Ukraina – derzhava morskaia [Ukraine is a maritime country]: Monohrafiia [Iu.V. Makohon, H.H. Harkusha, A.V. Hruzyn; pod red. Yu.V. Makohon]. Donetsk: Yzd-vo „Noulydzh" [in Russian].
5. Miloslavskaia, S. V., Pluzhnikov, K. I. (2001). Mul'timodal'nye i intermodal'nye perevozki [Multimodal and intermodal transportation]. M.: RosKonsul't [in Russian].
6. Paik, R., Nil, B. (2006). Korporativnye finansy i investirovanie [Corporate Finance and Investing]. SPb. : Piter [in Russian].
7. Pluzhnikov, K. I. (1999). Transportnoe ekspedirovanie [Transport forwarding]. M. : Roskonsul't [in Russian].
8. Primachev, N. T., Primachev, A. N. (2005). Principy integracii v torgovom sudohodstve [Principles of Integration in Merchant Shipping]. Odessa : Feniks [in Russian].
9. Primachev, N.T. Vovk, O. J. (2001). Effektivnost' funkcional'noi deiatel'nosti predpriiatii morskogo trasnporta [The effectiveness of the functional activities of enterprises of maritime transport]. Odessa : IPREED NAN UKRAINI [in Russian].
10. Pugel', Lindert (2003). Mezhdunarodnaia ekonomika [International Economics]. M. : Delo i servis [in Russian].
11. Saks, Dzh. (1996). Makroekonomika. Global'nyi podhod [Macroeconomics. The global approach]. M. : DELO [in Russian].

УДК 656.62.073.235 – 027.1 (477)
JEL L91, R48, R49

LASHUTINA V.O.,
Postgraduate student
Market of Transport Services Department
Institute of Market Problems and Economic & Ecological Research of
the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzkyi boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: leralashutina@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3671-6719

PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF CONTAINER CARGO TRANSPORTATION INLAND WATERWAYS OF UKRAINE

Topicality. *The river potential of Ukraine has great prospects in the direction of connecting with Europe at the expense of increasing the transit capacity of the Danube and the Dnieper rivers taking into account the access to the Black Sea. River transport has a number of advantages over land, in particular: ready natural ways; use of water flow; the ability to transport any cargo and passengers simultaneously; safety and environmental friendliness; high bandwidth; high degree of reliability and timeliness of delivery; low cost of transportation, which leads to fuel economy, etc. It should be noted that to date, taking into account the uplift tariffs for transportation by rail and inconvenience of use of motor transport, organization of container service on the Dnieper is the most promising and in demand.*

Aim and tasks*. The aim of the article is to determine the organizational and economic bases of river container transportation in Ukraine. In accordance with the stated aim, it is necessary to analyze the cargo base of river container transportation in Ukraine; to formulate priorities of development of river navigation of Ukraine; to substantiate the efficiency of using container technology of cargo transportation by inland waterways of Ukraine.*

Research results. *The complex of measures for the development of container cargo transportation by inland waterways of Ukraine was proposed, the analysis of the market of river container transportations in Ukraine in comparison with the countries of the European Union and the USA was carried out, the main problems of development of inland water transport were identified and measures for their further development and operation of inland waterways of Ukraine taking into account the prospect of their integration into the European transport network.*

Conclusion. *Ukraine has significant potential for organizing logistics schemes for cargo transportation involving river transport in several directions. The presence, albeit somewhat obsolete, a powerful infrastructure base, a convenient geographical location and the availability of traffic flows that can potentially be transported by inland waterways, creates the preconditions for the restoration and development of this transport area.*

Keywords: *inland waterways, container transportation, feeder container transportations, multimodal transportations, river transport.*

ЛАШУТІНА В.О.,
Аспірант відділу ринку транспортних послуг
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький б-р, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: leralashutina@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3671-6719

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНТЕЙНЕРНИХ ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕНЬ ВНУТРІШНІМИ ВОДНИМИ ШЛЯХАМИ УКРАЇНИ

Актуальність. *Річковий потенціал України має великі перспективи в напрямку сполучення з Європою за рахунок підвищення прохідної спроможності річок Дунай та Дніпро з урахуванням виходу в Чорне море. Річковий транспорт має низку переваг перед сухопутним, зокрема: готові природні шляхи; використання течії води; можливість одночасно транспортувати будь-які вантажі й пасажирів; безпечність та екологічність; висока пропускна спроможність; високий ступінь надійності і вчасність доставки; низька вартість перевезення, що призводить до економії палива тощо. Необхідно відмітити, що на сьогоднішній день, з урахуванням підняття тарифів на перевезення залізницею та незручністю використання автомобільного транспорту, організація контейнерного сервісу на Дніпрі є найбільш перспективною та затребуваною.*

Мета та завдання. *Метою статті є визначення організаційно-економічних засад розвитку річкових контейнерних перевезень в Україні. Відповідно до визначеної мети необхідно проаналізувати вантажну базу здійснення річкових контейнерних перевезень в Україні; сформулювати пріоритети розвитку річкового судноплавства України; обґрунтувати ефективність використання контейнерних технологій вантажоперевезень внутрішніми водними шляхами України.*

Результати. *Запропоновано комплекс заходів щодо розвитку контейнерних вантажоперевезень внутрішніми водними шляхами України, був проведений аналіз ринку річкових контейнерних перевезень в Україні порівняно з країнами Європейського Союзу та США , виявлені основні проблеми розвитку внутрішнього водного транспорту та запроваджені заходи щодо їх щодо подальшої розбудови та експлуатації внутрішніх водних шляхів України з урахуванням перспективи їх інтеграції до європейської транспортної мережі.*

Висновки. *Україна має значний потенціал для організації логістичних схем перевезення вантажів за участю річкового транспорту на декількох напрямках. Наявність, хоча й дещо застарілої, потужної інфраструктурної бази, зручне географічне розташування та наявність вантажопотоків, що потенційно можуть бути перевезені по внутрішніх водних шляхах створює передумови для відновлення та розвитку цього транспортного напрямку.*

Ключові слова*: внутрішні водні шляхи, контейнерні перевезення, фідерні контейнерні перевезення, мультимодальні перевезення, річковий транспорт*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. The inland waterways of Ukraine include the rivers defined by the European Agreement on the most important inland waterways of international importance. There are the Danube, Dnipro, and Dniester rivers among them. Ukraine has a very high river shipping potential with a length of waterways of approximately 6200 km, which are suitable for operation. In general, Ukraine's rivers can transport 10-12 million tons of cargo per year. However, the existing infrastructure of the river moorings does not meet modern international technical specifications and standards and is used only for 5-10 % of its capacity [1].

The statistical data indicate a threefold decrease in volumes of cargo transportation by water transport over the past 10 years. There is a complete shift of cargo flows towards rail and road transport. This process was promoted by low railway tariffs and the lack of control over allowable loads for freight road transport. As a result, the critical condition of highways and deterioration of a railway car fleet. In this case, river shipping, which is the cheapest and most ecological type of transportation, is almost not used. The current situation is a serious problem and, at the same time, an opportunity, as river transport in the structure of all transport has the greatest potential for growth.

Analysis of recent publications on the problem. The scientific works of Boniar S.M., Vinnikov V.V., Zerkalov D.V., Koba V.H., Kotlubai O.M., Kucheruk H.Yu., Prymachov M.T., Savelieva I.V. and Tymoshchuk O.M. are devoted to the studying the issue of the development of water transport enterprises. Studies on water transport mostly relate to the management of it, increase competitiveness among other modes of transport, as well as economic relations in this area. However, in Ukraine, the problem of an efficient choice of transportation method remains unresolved, which, in turn, develops one mode of transport and strikes the other.

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. Ukraine is an integral part of all European processes. Due to its geopolitical position, Ukraine is a strategic player in the system of European inland shipping, being at the junction of the most important transport routes connecting the West and the East, North and South. River transport is recognized the most economical and environmentally friendly transport, and the lack of state regulation in the field of inland water transport of Ukraine and the outdated ideology of the economic activity of ports significantly influenced its development, which led to a significant lagging behind the European pace. All countries of the world use all modes of transport proportionally, so that there is no overload of one mode of transport and idle time in the work of another [2].

Formulation of research objectives (problem statement). The main goal of the research is to substantiate measures for the development of container cargo transportation by inland waterways of Ukraine, as well as to analyse the European and world experience of river container transportations. Container transportation is one of the priorities of the development of the transport industry of any country that uses sea and river transport in the international logistics system in the conditions of globalization of the world economy and market competition.

An outline of the main results and their justification. The efficiency of containers in the national economy and areas of their economic exploitation depend on volume of transportation (load capacity) and size of individual shipments, type of cargo and structure of cargo flows, transportation distance, availability of

access roads and goods handling equipment in places of loading and unloading, type and load carrying capacity of the rolling-stock, delivery forms of suppliers and consumers, their freight forwarding services and etc.

Containerization is one of the most important directions of development, rationalization and optimization of transport processes. Container transportations allow to set free the cargo owner from the need for transport packaging and marking, to eliminate the costs of handling and warehousing in multimodal transportation. The Asian, European and Mediterranean countries are the brightest example of the modern way of using container transportation. Today in Europe about 70% of all goods are transported in containers. Over the past decade, there has been a significant increase in volumes of transportation by maritime and river fleets of massive dangerous cargoes - bulk (hand, coke, mineral fertilizers, etc.), petroleum products, chemicals and etc. Even these types of cargo are already transported in containers. This approach to transportation provides the opportunity to provide physical and commercial storage of cargo [3]. This approach provides an opportunity for ports to expand the hazardous goods handling nomenclature without negative impact on the environment.

Interaction between countries of Asia and Europe is carried out by water ways on a global level, so ports are considered as the main connecting link of different modes of transport in international container transport chains. The success of the leading European ports of the world for container handling is due to the effective usage of the potential of inland waterways.

Today, Ukraine actively develops this trend and works with the European Commission and international companies to make a clear mechanism for work on the development of inland waterways and harmonization the legislative framework in this sector of transport. The development of inland waterways is a priority direction of the Ministry of Infrastructure of Ukraine, and renovation of full navigation on the Dnipro, Danube and Dniester rivers is one of the main tasks. But there are issues that constrain the development of cargo transportation by inland waterways of Ukraine. First, it is the adoption of the Law of Ukraine "On Inland Water Transport". Inland waterways of Ukraine are not used to the full extent due to the imperfection of the regulatory framework in the field of inland water transport, most of legal relations are regulated at the level of sub-legal normative acts. The processes of development of inland waterways take place in separate directions on the basis of diversified laws without taking into account the features of the inland water transport industry [1]. Secondly, this is a significant level of depreciation of the infrastructure of inland waterways of Ukraine, insufficient amount of modern terminals, lack of fleet for cargo transportation and insufficient depths on the Dnipro, Danube and Southern Bug rivers.

The market for inland waterways transportation in Ukraine is estimated at 6.5 million tons per year and is characterized by an increase in volumes of transportation, mainly due to transportation of grain and metal. At the same time, the market has the potential for a threefold increase to 2020 year and a fivefold increase to 2035 year. The main driver of the market is the growth of exports of grain and metallurgical products from central Ukraine, in particular the transportation of raw materials to the Black Sea ports. The main constraining factors for market growth are high cost of transportation to the river and transhipment, non-competitive price of inland waterways transportation in comparison with the railways, high capital costs for the acquisition or building of a fleet, low potential amount of voyages and low speed of rotation of ships due to infrastructure restrictions - the absence of guaranteed depths, the risk of accidents on gateways and etc. There are 4 operators on the market. Ukrrichflot and NIBULON are two of them. These companies are vertically integrated and they are carriers, cargo owners, owners of river terminals and shipbuilders at the same time. Infrastructure of inland waterways suffers from chronic underfunding, first of all, locks on the Dnipro river. Due to the lack of dredging, the length of the shipping routes since 1990 has decreased by 2.5 times and is 1600 km instead of 4000 km. Underdeveloped infrastructure reduces the investment attractiveness of the river industry [4].

At the same time, the density of river navigable waterways decreased by 1.75 times, the intensity of cargo transportation - by 3 times and the transport of passengers - by 7.5 times. The analysis of the resource potential of the river fleet of Ukraine has shown that 80.8 % (1648 units) of river vessels are usable, the remaining 19.2 % (392 units) are unsuitable for operation. In the structure of vessels, that suitable for exploitation, the largest share 46.7 % (770 units) and 44.4 % (731 units) is formed by service auxiliary and transport vessels. There are also technical ships with a share of 6.9 % (113 units) and special purpose vehicles with a share of 2.1 % (34 units). The carrying capacity of transport vessels is 899,8 thousand tons, and passenger capacity is 16,4 thousand passengers [5]. The average lifespan of the river fleet is 21 - 25 years old, with only 18 % of the fleet having an age less than 20 years. The technical condition of the river

fleet is constantly deteriorating. A significant amount of vessels is approaching a critical period of service. In the structure of the fleet, the largest share of outdated vehicles falls on cargo and passenger vessels (97.1 %), bulk ships (89.5 %) and dry cargo vessels (84.4 %). In the structure of a special purpose fleet, the largest share of outdated vehicles falls on raiding and shunting vessels, tugboats (90.7 %), technical vessels (79,6 %) and service auxiliary vessels (77,7 %). As a result, over the last 5 years, the total volume of cargo transportation has decreased by 3 times. In 1990, the volume of internal transportation by river in Ukraine amounted to almost 67 million tons per year, at present the figure has decreased to 8 million tons.

According to table 1, in 2017, 8,095 million tons of cargo were transported by the Dnipro river, which is 1.7 million tons (26 %) more compared to 2016. The container turnover on the Dnipro river increased by 13.8 % compared with 2016, 1948 containers were transported in 2017. The number of ship locks by the Dnipro river for the navigation period in 2017 increased by 13 % - to 13408 compared with 2016. In this case, the amount of cargo ships increased by 9%. In total, the amount of foreign vessels increased by 20%, coastal vessels - by 12 %. In 2016, 6.4 million tons of cargo and 1711 containers were transported across the Dnipro river. In 2016, Ukrrichflot transported 1.7 million tons of cargo by inland waterways of Ukraine, 2 million tons were transported by NIBULON (including 300 thousand tons - the Southern Bug river) [6].

In 2018, the river ships transported over 3.1 million tons of grain cargoes by the Dnipro river, while a year earlier - 2.6 million tons (+15.3 %). In addition, 850 thousand tons of grain were transported along the Southern Bug river. NIBULON transported more than 1.7 million tons of grain by the Dnipro river, Ukrrichflot transported 500 thousand tons of cargo in the cabotage. The replenishment of the fleet, that able to work in the cabotage, contributed the growth of grain transportation. The company "NIBULON" launched on the water two one hundred meter non-self-propelled vessels with a capacity of 5000 tons and two multi-purpose tugboats in 2018 [8].

Table 1

Transportation of cargo on the Dnipro river, 2013−2017 (thousand tons) [7]

Indicator	For the navigation period of 2013	For the navigation period of 2014	For the navigation period of 2015	For the navigation period of 2016	For the navigation period of 2017
Total	3 564	4 384	4 702	6 435	8 085
Grain	1 383	1 489,9	1 768,7	1 999,0	2 663,0

A number of systemic actions, that contribute to increasing the competitiveness of river transport:

- adoption of the Law of Ukraine "On Inland Water Transport";
- development and implementation of the system of intersectoral goods and transport balances;
- amendments to the regulatory documents of the Ministry of Infrastructure to support domestic water transport operators.

Container transportation on the Dnipro river is a potential market niche for the development of inland water transport, due to the transfer of cargo flows from highways to inland waterways. The attraction of container cargo flows to the river ports of Ukraine provides an opportunity to increase the volumes of cargo transportation by river transport, which, in turn, will increase the profitability of transportation and reduce the burden on land transport routes. As a result, the Dnipro river and its ports will become more interesting for attracting new investors.

Feeder container transportations will be implemented along the Dnipro river with the participation of container lines, sea container terminals, Dnipro, Zaporizhzhya and Kyiv river ports. These transportations involve the delivery of imported containers to / from Odessa, their reloading to road / rail transport and further transportation to highly developed regions of the country (Kyiv, Dnipro, Zaporizhzhya, Poltava, etc.). According to the calculations of the Ministry of Infrastructure of Ukraine, the potential volume of attraction to the river of cargoflow (metal products of various nomenclature, consumer goods (in the future), non-ferrous metals, oils, etc.) is 40 million tons, one additional million tons of cargo, transported along the river, can save 750 million UAH. The development of shipping will stimulate the development of the shipbuilding industry and other related industries (one job at a shipbuilding plant provides another five jobs in related industries).

Containers have a number of advantages. They can be downloaded 30 % more than a lorry. This is a closed container, so moisture, precipitation and robbers do not have access to its contents. Depending on the

logistic scheme, in some areas transportation in a container is cheaper than transportation by road by 15-40 %, and transportation equates to the time frame of delivery by car [11].

Table 2

SWOT Analysis of cargo transportation along the Dnipro river

Strengths	*Weaknesses*
1. Favorable geographical location of the river port infrastructure. 2. The presence of a significant cargo base in the areas adjacent to the river. 3. Competitive cost of logistics. 4. Low CO2 emissions. 5. Balancing of cargo traffic on a national scale.	1. Limited navigation period. 2. High indicator of infrastructure depreciation. 3. Vacuum of right regulation. 4. Lack of commodity and transport balances. 5. Low transparency in the provision of customs services.
Opportunities	*Threats*
1. High probability of increasing the cost of rail or auto-logistics. 2. Improvement of customs regulation and sectoral legislation. 3. Building of specialized container terminals and modern fleet.	1. Political instability in Ukraine. 2. Lack of strategic planning in the transport sector at the state level. 3. Low efficiency of customs regulation reforms and development of sectoral legislation.

Source: Author's development

In Ukraine, multimodal transportation is not evolving due to the following reasons:

- imperfect regulatory framework;
- imbalances between the levels of capacity development of the ports for the processing of cargoes and the railway infrastructure adjacent to them, that hinder the development of container and piggyback transportations;
- high risks of multimodal operators in the organization of multimodal transportation at considerable distances involving two or more modes of transport;
- the absence of a developed network of transport and logistics centers in Ukraine, as well as institutes of multimodal (logistics) operators;
- lack of highly professional and experienced specialists in multimodal transportation;
- the absence of a representative network of national forwarding companies abroad, which would ensure a high degree of coherence of the actions of all participants in the transportation of goods and protect the interests of the state outside of Ukraine.

Contrary to Ukrainian practice of the decline of container traffic, for example, the European Union has about 750 inland ports, over 100 of which operate container terminals and the total number of which is constantly growing. The annual volume of cargo handling in 50 of the largest ports is over 1 million tons of cargo, almost 40 ports are both domestic and seaports [9]. The United States inland waterway system includes over 200 ports and 12,000 miles of navigable waterways. Using inland waterways helps reduce transport costs by about $ 12.5 billion annually and creates more than 250,000 jobs. More than 28,740,000 containers are shipped every year at United States maritime ports [10], and river ports, considered to be nationally significant, are used for the development of United States agricultural districts and their links with global markets.

In 2018, container transportations by the Dnipro river showed a drop and amounted to only 75 units, 1948 containers were transported in 2017. A significant part of the containers, transported in 2016, were containerized with cargo of the company "Interpipe" - 1528 containers (about 37 thousand tons) But in 2017, there were 826 containers (about 18.8 thousand tons).

In order to develop multimodal (combined) transportations in Ukraine, it is necessary to implement the following measures.

1. To create a legal basis for the development of mixed (combined) transportations and its integration with the European multimodal network.
2. To increase the competitiveness of Ukrainian ports in order to attract additional volumes of

cargoes.

3. To prepare the necessary technical, organizational, technological and legal basis for widespread introduction of the principle of a one-stop shop for the customs clearance of cargoes crossing the state border, the introduction of an electronic declaration system for goods using an electronic digital signature.

4. To train highly qualified specialists in Ukraine in the field of the organization of mixed (combined) and multimodal transportations by training of specialists in higher educational establishments.

The development of multimodal (combined) transportations will contribute to the integration of Ukraine's transport system into the global transportation system, which will allow the full usage of its transit potential.

Conclusions and perspectives of further research. The reduction of the domestic river fleet, the technical and moral obsolescence of ships, the unsatisfactory condition of infrastructure, in particular the approaching of a large number of hydraulic structures to the emergency condition, the lack of funds for state financing of river infrastructure development, and the lack of interest of private investors to participate in its development create a threat to the further decline of river transport in Ukraine. While in the world there is a tendency towards the revival of navigation by inland waterways as the most economical and environmentally friendly mode of transport, the volumes of cargo and passengers are reduced in Ukraine, the number of merchant vessels is decreasing, including under the national flag, accordingly, revenues to state and local budgets, received from the work of the fleet, are reduced.

Based on the proposed measures, an effect will be expected, which will allow:

- ✓ to unload the ground infrastructure due to redistribution of goods from highways and railways to the river;
- ✓ to develop and create new stevedoring capacities on inland water transport;
- ✓ create new workplaces;
- ✓ to develop related industries, first of all, shipbuilding.

Expansion of containerization on river transport will promote efficient organization of production in the system of multimodal transport. It will significantly increase the volume of cargo transportation across the territory of Ukraine, will increase the competitiveness of the country in the world transport services market, the development of a network of existing transport corridors, the integration of Ukraine's transport infrastructure into the world transport system.

ЛІТЕРАТУРА

1. Розвиток внутрішніх водних шляхів – дорога до євроінтеграції [Електронний ресурс] / Центр транспортних стратегій: оф. веб-сайт. URL : https://cfts.org.ua/blogs/rozvitok_vnutrishnikh_vodnikh_shlyakhiv__doroga_do_evrointegratsi_251. Назва з екрана.

2. Марченко О.В., Бугайова Д.О. Водні перевезення в Україні та закордоном: розвиток інфраструктури та правовий статус портів [Електронний ресурс] // Порівняльно-аналітичне право. 2017, № 4. С. 106-108. URL : http://www.pap.in.ua/4_2017/30.pdf

3. В Черноморском бассейне ожидается рост фидерных перевозок // Порты Украины. 2016, № 8. С. 26-28.

4. Вантажні перевезення внутрішніми водними шляхами [Електронний ресурс] / Офіс ефективного регулювання: оф. веб-сайт. URL : http://www.eu4business.eu/files/medias/regulation.gov_.ua_vantazhni_perevezennya_vnutrishnimi_vodnimi_shlyahami_final.pdf

5. Український річний флот [Електронний ресурс]. URL : http://ukrrichflot.ua/ua.

6. Вантажоперевезення по Дніпру збільшилися на 26 % у 2017 році [Електронний ресурс] / Центр транспортних стратегій: оф. веб-сайт. URL : https://cfts.org.ua/news/2018/01/18/gruzoperevozki_po_dnepru_uvelichilis_na_26_v_2017_godu_45059. – Назва з екрана.

7. Річкова інформаційна служба України [Електронний ресурс]. URL : https://ukrris.com.ua/ris/fairway/waybills/index.php

8. Хто, скільки і чого перевіз річками України у 2018 році [Електронний ресурс] / Порти України: оф. веб-сайт. URL : https://ports.com.ua/uk/articles/kto-skolko-i-chego-perevez-na-rekakh-ukrainy-v-2018-godu. – Назва з екрана.

9. Шандрівська О. Є., Висоцький М., Крикавський Є.В. Дослідження стратегічних перспектив розвитку річкових портів України. 2017.

10. Найбільші порти США [Електронний ресурс] / Все про США. URL : http://usa-info.com.ua/ports-usa/symbol/ports

11. Контейнерні перевезення - ключ до європейського ринку [Електронний ресурс] / Залізничний інформаційний портал медіацентр «Магістраль»: оф. веб-сайт. URL : https://info.uz.ua/analitika/konteynerni-perevezennya-klyuch-do-evropeyskogo-rinku. Назва з екрана.

REFERENCES

1. Rozvytok vnutrishnikh vodnykh shljakhiv – dorogha do jevrointeghraciji [The development of inland waterways is a road to European integration] *cfts.org.ua.* Retreived from: https://cfts.org.ua/blogs/rozvitok_vnutrishnikh_vodnikh_shlyakhiv__doroga_do_evrointegratsi_251 [in Ukrainian]

2. Marchenko O.V., Bughajova D.O. (2017).Vodni perevezennja v Ukrajini ta zakordonom: rozvytok infrastruktury ta pravovyj status portiv [Water transportation in Ukraine and abroad: infrastructure development and the legal status of ports]. *Porivnjaljno-analitychne pravo – Comparative and analytical law*, *4*, 106-108. Retreived from: http://www.pap.in.ua/4_2017/30.pdf [in Ukrainian]

3. V Chernomorskom basseyne ozhidaetsya rost fidernyih perevozok (2016) [In the Black Sea is expected to increase feeder transportation]. *Portyi Ukrainyi - Ports of Ukraine, 8*, 26-28 [in Russian].

4. Vantazhni perevezennja vnutrishnimy vodnymy shljakhamy [Freight transportation by inland waterways] *www.eu4business.eu.* Retreived from: http://www.eu4business.eu/files/medias/regulation.gov_.ua_vantazhni_perevezennya_vnutrishnimi_vodnimi_shlyahami_final.pdf [in Ukrainian]

5. Ukrajinsjkyj richnyj flot [Ukrainian river fleet]. *ukrrichflot.ua.* Retreived from: http://ukrrichflot.ua/ua [in Ukrainian]

6. Vantazhoperevezennja po Dnipru zbiljshylysja na 26 % u 2017 roci [Cargo transportation on the Dnieper has increased by 26 % in 2017] *cfts.org.ua.* Retreived from: https://cfts.org.ua/news/2018/01/18/gruzoperevozki_po_dnepru_uvelichilis_na_26_v_2017_godu_45059 [in Ukrainian]

7. Richkova informacijna sluzhba Ukrajiny [River Information Service of Ukraine]. *ukrris.com.ua.* Retreived from: https://ukrris.com.ua/ris/fairway/waybills/index.php [in Ukrainian]

8. Khto, skiljky i chogho pereviz richkamy Ukrajiny u 2018 roci [Who, how much and what was transported by the rivers of Ukraine in 2018] *ports.com.ua*. Retreived from: https://ports.com.ua/uk/articles/kto-skolko-i-chego-perevez-na-rekakh-ukrainy-v-2018-godu [in Ukrainian]

9. Shandrivsjka O. Je., Vysocjkyj M., Krykavsjkyj Je. V. (2017). Doslidzhennja strateghichnykh perspektyv rozvytku richkovykh portiv Ukrajiny [Research strategic prospects of development of river ports in Ukraine]. [in Ukrainian]

10. Najbiljshi porty SShA [The biggest ports of the USA] *usa-info.com.ua*. Retreived from: http://usa-info.com.ua/ports-usa/symbol/ports [in Ukrainian]

11. Kontejnerni perevezennja - kljuch do jevropejsjkogho rynku [Container transportations - the key to the European market] *info.uz.ua.* Retreived from: https://info.uz.ua/analitika/konteynerni-perevezennya-klyuch-do-evropeyskogo-rinku [in Ukrainian]

УДК 330.14.01
JEL E220

NAZARENKO Y.A.,
Postgraduate student
Institute of Market Problems And Economic&Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine
E-mail: ju.lia.uniti@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9049-1218

METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF EVALUATION OF CAPITALIZATION OF ENTERPRISES OF UKRAINE BASED ON THE COST (INVESTMENT) APPROACH

Topicality. *The increase in the level of capitalization of the economy is of strategic importance to Ukraine, because, firstly, there is a direct link between capitalization and competitiveness, and secondly, because the market transformation in Ukraine is inherently capitalization of the economy. All this necessitates the further study of the theoretical and methodological principles of capitalization of enterprises of the country as a whole and by types of activity.*

Aim and tasks. *To consider the methodical principles of estimating capitalization of enterprises on the basis of cost (investment) approach and to evaluate it by types of activity for Ukrainian enterprises at actual and constant prices.*

Research results. *An assessment of the real capitalization of enterprises as a state can be considered as a "passive" assessment and it can be implemented even if the enterprise does not work. Such an assessment has a limited scope and should be used for enterprises whose activities are based on the use of fixed assets (machines, equipment, buildings, etc.), in which the results of the production process depends not only on the available intellectual capital, but on the available physical capital, and where there are no significant intangible assets. At the same time, the use of a cost-effective approach to enterprises that are based on education, knowledge and skills of staff (companies engaged in consulting and software development, retail and distribution companies, real estate agencies, travel agencies, etc.) do not provide adequate an idea of the level of their capitalization.*

Accounting of assets of the enterprise in the balance sheet is carried out at the original cost. Exceptions are fixed assets, accounting for the original and residual value. Over time, such an assessment as a result of inflation, non-revaluation and other factors does not reflect the actual (actual) value of assets. Therefore, it is more appropriate to use the replacement value or the replacement value, which should be used to reproduce the same or create a similar asset.

The growth in the residual value of fixed assets of Ukrainian enterprises in 2012-2017 is due to two factors: net income of fixed assets (the difference between the amount of fixed assets received and which have left); indexing In general, in Ukraine the growth of residual value of fixed assets of enterprises in actual prices is mainly due to their indexation (77 %). At the same time, in agriculture and trade, the main role played by the receipt of fixed assets, and in the transport sector, the residual value of fixed assets in enterprises at actual prices is almost 100 % due to their indexation.

Negative trends occurred in relation to the share of own capital of enterprises of Ukraine, which decreased from 51.6 % in 2001 to 24.7 % in 2017. The same thing happened in agriculture and industry, and in construction and trade, it even got negative values.

An analysis of the dynamics of assets of Ukrainian enterprises in the prices of 2012 indicates a tendency to reduce their value. In 2017, their value amounted to 93.5 % of the level in 2012, in industry - 93.1 % and in transport - 96.2 %. In trade and construction, the reduction was more significant and amounted to more than 20 %. A completely different situation was in agriculture, where in the period of 2012-2017 the assets of enterprises increased by more than 1.5 times.

Conclusion. *The assessment in actual prices reflects the current level of capitalization of enterprises. At the same time, due to inflation, the average level of which in 2014-2017 was about 20 %, makes it impossible to compare capitalization estimates for different years. In order to solve this problem, the evaluation of capitalization at constant prices was carried out, which showed that there was a decrease in the level of capitalization of enterprises in general in the country and in the main types of activity, the exception was agriculture, where the level of capitalization of enterprises increased more than 1.5 times. All this testifies to the negative processes in the country's economy, namely, the deindustrialization and domination of the raw materials industries.*

Keywords: *capitalization, assets, fixed assets, own and borrowed capital, type of activity, enterprise, estimation*

НАЗАРЕНКО Ю.А.,
аспірантка
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: ju.lia.uniti@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9049-1218

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНКИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ВИТРАТНОГО (ІНВЕСТИЦІЙНОГО) ПІДХОДУ

Актуальність. *Підвищення рівня капіталізації економіки має стратегічне значення для України, оскільки, по-перше, існує безпосередній зв'язок між капіталізацією та конкурентоспроможністю, а по-друге, тому що ринкова трансформація в Україні за своєю суттю є капіталізацією економіки. Усе це обумовлює необхідність подальшого дослідження теоретичних та методологічних засад капіталізації підприємств країни в цілому та за видами діяльності.*

Мета та завдання. *Розглянути методичні засади оцінки капіталізації підприємств на основі витратного (інвестиційного) підходу та здійснити її оцінку за видами діяльності для підприємств України у фактичних та постійних цінах.*

Результати. *Оцінку реальної капіталізації підприємств як стан можна розглядати як «пасивну» оцінку і вона може бути здійснена навіть якщо підприємство не працює. Така оцінка має обмежену сферу застосування, її доцільно використовувати для підприємств, діяльність яких базується на використані основних засобів (верстати, обладнання, будівлі та інше), в яких результати виробничого процесу залежить не стільки від наявного інтелектуального капіталу, скільки від наявного фізичного капіталу, і де відсутні значні нематеріальні активи. В той же час застосування витратного підходу до підприємств, діяльність яких базується на освіті, знаннях і навичках персоналу (компанії, які зайняті консалтингом та створенням програмного забезпечення, роздрібні та дистриб'юторські компанії, агенції нерухомості, туристичні агенції та інші), не дає адекватного уявлення про рівень їх капіталізації.*

Облік активів підприємства у бухгалтерському балансі здійснюється за первісною вартістю. Виключення складають основні засоби, облік яких здійснюється за первісною та залишковою вартістю. З часом така оцінка внаслідок інфляції, не проведення переоцінки та інших чинників не відображає реальну (фактичну) вартість активів. Тому більш доцільно використовувати відновну вартість або вартість заміщення - сума коштів, яка повинна бути витрачена при відтворенні такого ж або створені аналогічного активу.

Зростання залишкової вартості основних засобів підприємств України у 2012-2017 рр. обумовлено двома чинниками: чисте надходження основних засобів (різниця між обсягом основних засобі, які надійшли і які вибули); індексація. В цілому в Україні зростання залишкової вартості основних засобів підприємств у фактичних цінах, в основному, обумовлено їх індексацією (77 %). В той же час у сільському господарстві та торгівлі визначальну роль грало надходження основних засобів, а у сфері транспорту зростання залишкової вартості основних засобів підприємств у фактичних цінах майже на 100 % обумовлено їх індексацією.

Негативні тенденції відбувалися щодо питомої ваги власного капіталу підприємств України, яка зменшилася з 51,6 % у 2001 році до 24,7 % у 2017 році. Те ж саме відбувалося у сільському господарстві та промисловості, а у будівництві та торгівлі вона набула навіть від'ємних значень.

Аналіз динаміки активів підприємств України у цінах 2012 року свідчить про наявність тенденції до зменшення їх вартості. У 2017 році їх вартість склала 93,5 % від рівня 2012 року, у промисловості – 93,1 % і у транспорті – 96,2 %. У торгівлі та будівництві зменшення було більш значним і склало більше 20 %. Зовсім інша ситуація була сільському господарстві, де за період 2012-2017 рр. активи підприємств збільшилися більше ніж у 1,5 рази.

Висновки. *Оцінка у фактичних цінах відображає поточний рівень капіталізації підприємств. В той же час внаслідок інфляції, середній рівень якої у 2014-2017 рр. складав близько 20 %, робить неможливим порівнювати оцінок капіталізації за різні роки. Для вирішення цієї проблеми була здійснена оцінка капіталізації у постійних цінах, яка показала, що мало місце зменшення рівня капіталізації підприємств в цілому в країні та в основних видах діяльності, виключення стало сільське господарство, де рівень капіталізації підприємств збільшився більше ніж у 1,5 рази. Усе свідчить про негативні процеси в економіці країни, а саме деіндустріалізацію та домінування сировинних галузей.*

Ключові слова: *капіталізація, активи, основні засоби, власний та позиковий капітал, вид діяльності, підприємство, оцінка*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Підвищення рівня капіталізації економіки має стратегічне значення для України, оскільки, по-перше,

існує безпосередній зв'язок між капіталізацією та конкурентоспроможністю, а по-друге, тому що ринкова трансформація в Україні за своєю суттю є капіталізацією економіки. Усе це обумовлює необхідність подальшого дослідження теоретичних та методологічних засад капіталізації підприємств країни в цілому та за видами діяльності.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Серед науковців проблемні питання оцінки діяльності підприємств досліджують Б. Буркинський, І. Булєв, В. Ворона, Е. Лібанова, А. Гріценко, В. Баліцька, В. Близнюк, І. Бобух, В. Горячук, В. Мандибура, Л. Шинкарук, С. Шумська та інші дослідники [1-6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В той же час недостатня увага приділяється питанням методологічних засад оцінки рівня капіталізації підприємств країни в цілому та за видами діяльності.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання). Розглянути методичні засади оцінки капіталізації підприємств на основі витратного (інвестиційного) підходу та здійснити її оцінку за видами діяльності для підприємств України у фактичних та постійних цінах.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. Оцінку капіталізація підприємств на основі витратного (інвестиційного) підходу будемо розглядати як оцінку наявного капіталу підприємства (активів підприємства) або оцінку вкладених в нього інвестицій. В сфері оціночної діяльності така оцінка розглядається як оцінка вартості підприємства на основі витратного підходу [1, с. 56; 7, с. 44]. На наш погляд, термін «інвестиційний» також може бути використано, бо він відображає сутність витратного підходу.

Оцінку реальної капіталізації підприємств як стан можна розглядати як «пасивну» оцінку і вона може бути здійснена навіть якщо підприємство не працює. Така оцінка має обмежену сферу застосування, її доцільно використовувати для підприємств, діяльність яких базується на використані основних засобів (верстати, обладнання, будівлі та інше), в яких результати виробничого процесу залежить не стільки від наявного інтелектуального капіталу, скільки від наявного фізичного капіталу, і де відсутні значні нематеріальні активи. В той же час застосування витратного підходу до підприємств, діяльність яких базується на освіті, знаннях і навичках персоналу (компанії, які зайняті консалтингом та створенням програмного забезпечення, роздрібні та дистриб'юторські компанії, агенції нерухомості, туристичні агенції та інші), не дає адекватного уявлення про рівень їх капіталізації.

Облік активів підприємства у бухгалтерському балансі здійснюється за первісною вартістю. Виключення складають основні засоби, облік яких здійснюється за первісною та залишковою вартістю. З часом така оцінка внаслідок інфляції, не проведення переоцінки та інших чинників не відображає реальну (фактичну) вартість активів. Тому більш доцільно використовувати відновну вартість або вартість заміщення (replacement value) - сума коштів, яка повинна бути витрачена при відтворенні такого ж або створені аналогічного активу [8, С. 225]. Тому у подальшому під реальною (ринковою) вартістю активів підприємства будемо розуміти їх відновну вартість або вартість заміщення.

Вартість заміщення активів підприємства визначається шляхом коригування їх балансової вартості, по кожному виду активів окремо:

– грошові кошти та їх еквіваленти, як правило, не коригуються;

– вартість цінних паперів визначається згідно їх ринкової ціни;

– дебіторська заборгованість зменшується на суму сумнівних боргів;

– вартість запасів визначається на основі поточної ціни їх заміщення;

– вартість земельних ділянок, які відносяться до основних засобів, визначається згідно ринкової оцінки із залученням експертів (оцінщиків);

– вартість будівель, споруд та обладнання визначається на основі поточної ціни їх заміщення за вирахуванням амортизації;

– вартість нематеріальних активів визначається на основі поточної ціни їх заміщення.

Реальну вартість позикового капіталу підприємства також визначається шляхом коригування його балансової вартості, по кожному виду зобов’язань:

– кредиторська заборгованість та банківські кредити, як правило, не коригується за виключенням, коли строк позовної давності минув;

– інші зобов’язання коригуються з врахуванням їх особливостей.

Ринкова вартість власного капіталу (ВК) підприємства визначається як різниці між ринковою вартістю активів (Активи) та ринковою вартістю позикового капіталу (ПК)

ВК = Активи – ПК.

В якості основних показників капіталізації як стан будемо розглядати - вартість активів, основних засобів, власного і позикового капіталу.

Основні засоби. Залишкова вартість основних засобів підприємств України у період 2012-2017 рр. збільшилася у 1,68 разу, у сільському господарстві – у 2,44 разу, промисловості – у 1,41 разу, будівництві – 0,99 разу, торгівля – у 1,78 разу і у транспорті – у 3,73 разу. Значно більше зростання залишкової вартості основних засобів підприємств у транспорті у порівнянні з іншими видами діяльності обумовлено значною індексацією за підсумками 2014 року (коефіцієнт індексації 160,3 %) та великим надходженням основних засобів у 2015 році (648,3 млрд грн.). Внаслідок цього залишкова вартість у транспорті зросла майже у 4,2 разу з 204 млрд грн. до 856 млрд грн. (табл. 1).

Таблиця 1

Залишкова вартість основних засобів підприємств України за видами діяльності у 2012-2017 рр. у фактичних цінах, у млрд грн.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Усього	1651	1751	1781	2662	2772	2770
Сільське господарство	75	84	88	106	146	184
Промисловість	761	825	841	917	999	1076
Будівництво	39	42	34	33	41	38
Торгівля	79	88	86	93	127	141
Транспорт	194	213	204	856	921	723

Джерело: розраховано автором на основі даних статистичних збірника «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік»

Для оцінки реального збільшення залишкової вартості основних засобів скористаємося Індексом основних засобів (відсотків до 2012 року), який показує, наскільки вона зросла за рахунок чистого надходження основних засобів, тобто реальне зростання у цінах 2012 року

В цілому у 2012-2017 рр. в Україні залишкова вартість основних засобів підприємств зросла у 1,12 рази у цінах 2012 року (у фактичних цінах у 1,68 рази). Найбільше зростання за видами діяльності мало місце у сільському господарстві – 1,59 рази у цінах 2012 року (у фактичних цінах – у 2,44 рази), найменше у транспорті – у 1,02 рази у цінах 2012 року (у фактичних цінах – у 4,20 рази).

Зростання залишкової вартості основних засобів підприємств обумовлено двома чинниками:

– чисте надходження основних засобів (різниця між обсягом основних засобі, які надійшли і які вибули);

– індексація.

Скористаємося апаратом факторного аналізу для оцінки питомої ваги впливу чистого надходження основних засобів у постійних цінах та їх індексації на зростання залишкової вартості основних засобів у фактичних цінах. Результати розрахунків представлені у таблиці 2, з якої видно, що в цілому в Україні зростання залишкової вартості основних засобів підприємств у фактичних цінах, в основному, обумовлено їх індексацією (77 %) [9].

В той же час у сільському господарстві та торгівлі визначальну роль грало надходження основних засобів. Окремо слід відмітити сферу транспорту, де зростання залишкової вартості основних засобів підприємств у фактичних цінах майже на 100 % обумовлено їх індексацією.

Щорічна амортизація основних засобів підприємств України у 2012-2017 рр. в середньому складала 2,2 % від їх первісної вартості, тобто період їх оновлення складав близько 45 років [10]. Списання основних засобів у транспорті у 2015 році майже на 10 трлн грн., а також значна індексація у цьому виді діяльності дозволило збільшити річну амортизацію до рівня 3,7 % від загального обсягу первісної вартості основних засобів країни і відповідно зменшити період їх оновлення до 27 років.

Таблиця 2

Питома вага впливу чистого надходження основних засобів у постійних цінах та їх індексації на зростання залишкової вартості основних засобів у фактичних цінах у 2012-2017 рр.

	Зростання за рахунок надходження основних засобів у постійних цінах	Зростання за рахунок індексації основних засобів
Усього	23 %	77 %
Сільське господарство	52 %	48 %
Промисловість	47 %	53 %
Торгівля	66 %	34 %
Транспорт	2 %	98 %

Джерело: розраховано автором на основі даних статистичного збірника «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік» та статистичних бюлетенів «Основні засоби України» за 2012-2017 рр.

Найкраща ситуація у сільському господарстві та торгівлі, де період оновлення у 2017 році складав відповідно 12,7 та 12,1 років. В цілому ж в країні ситуація з оновленням основних засобів незадовільна і не дозволяє вести мову про можливість інноваційного розвитку України та переходу до вищих технологічних укладів.

Ступінь зносу основних засобів підприємств у транспорті після їх списання майже на 10 трлн грн. у 2015 році зменшилася з 97,9 % до 45,7 %, а в цілому в країні з 86,5 % до 63,3 % (табл. 3). У 2017 році ступінь зносу основних засобів підприємств в країні становила 58,4 %, найменший рівень зносу був у сільському господарстві – 37,9 %. *Оцінка реальної капіталізації підприємств як стан у фактичних цінах.* Як зазначалося вище загальна оцінка реальної капіталізації підприємства як стан це оцінка наявного капіталу підприємства або оцінка інвестицій на придбання та створення власними силами активів підприємства. Тобто, це загальна вартість активів або сумарна вартість власного та позикового капіталу.

Динаміка активів підприємств України у фактичних цінах у 2010-2017 рр. свідчить про їх суттєве зростання, особливо у 2015-2016 рр. (табл. 4) - майже на 4 трлн грн., в основному, за рахунок збільшення залишкової вартості основних засобів та нематеріальних активів (майже на 1 трлн грн.) і дебіторської заборгованості (майже на 2 трлн грн.). Зростання активів підприємств у сільському господарстві у 2016 році, в основному, обумовлено величезним зростанням дебіторської заборгованості з 49,9 млрд грн. у 2015 році до 1092,1 млрд грн. у 2016 році (збільшення майже у 22 рази).

Таблиця 3

Ступінь зносу основних засобів підприємств України за видами діяльності у 2012-2017 рр., у %

	2012	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*
Усього	80,5	81,7	86,5	63,3	61,3	58,4
Сільське господарство	37,0	38,4	41,8	42,4	38,9	37,9
Промисловість	55,3	56,8	59,9	76,9	67,7	57,9
Будівництво	46,5	47,4	47,9	48,9	35,8	58,1
Торгівля	35,4	36,1	40,7	39,2	39,9	39,5
Транспорт	96,5	96,7	97,9	45,7	45,1	44,8

*Джерело:*розраховано автором на основі даних статистичних збірника «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік»

Таблиця 4

Активи підприємств України за видами діяльності у фактичних цінах у 2012-2017 рр., у млрд грн.

	2012	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*
Усього	5417	5709	5990	8069	9986	9954
Сільське господарство	277	313	391	686	1537	912
Промисловість	1755	1872	2010	2356	2790	3142
Будівництво	261	292	269	311	319	370
Торгівля	1113	1148	1171	1397	1790	1993
Транспорт	342	374	369	1073	1240	1002

Джерело: розраховано автором на основі даних статистичного збірника «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік».

Дуже значне збільшення активів відбулося у сфері транспорту у 2015-2016 рр. – у 3,9 рази. В основному воно обумовлено зростанням залишкової вартості основних засобів та нематеріальних активів з 203,6 млрд грн. у 2014 році до 855,9 млрд грн. у 2015 році (збільшення у 4,2 рази).

Негативні тенденції відбувалися щодо питомої ваги власного капіталу підприємств України, яка зменшилася з 51,6 % у 2001 році до 24,7 % у 2017 році (рис. 1) [2, с. 54]. Такі ж самі тенденції щодо питомої ваги власного капіталу відбувалися у сільському господарстві та промисловості, де вона зменшилася відповідно з 53,6 % та 38,7 % у 2012 році до 47,9 % і 17,5 % у 2017 році, а у будівництві та торгівлі вона набула навіть від'ємних значень.

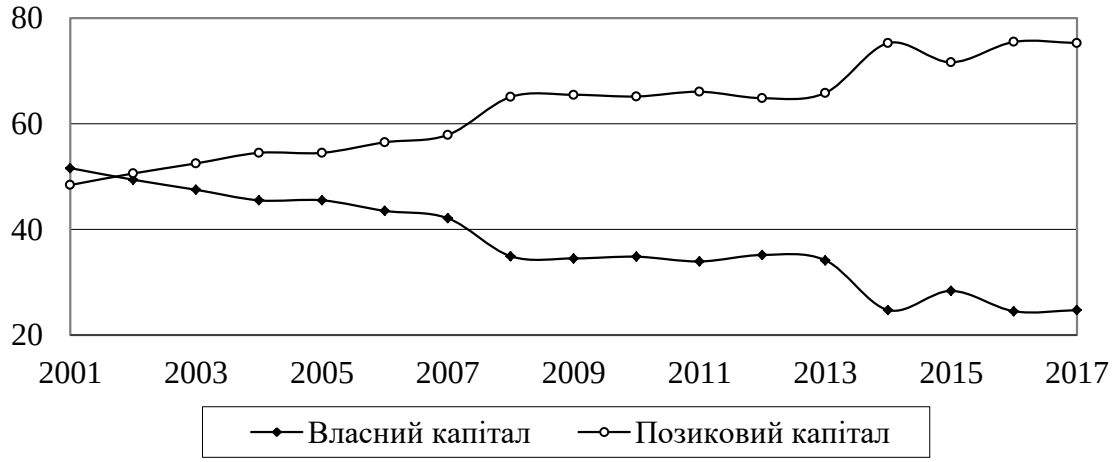

Рис. 1. Питома вага власного та позикового капіталу підприємств України у 2001-2017 рр.

*Джерело:*Розраховано автором на основі даних: Баліцька В.В. Капітал підприємств України: тенденції пріоритети. К. : Ін-т екон. та прогнозув. 2007; статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік»

Оцінка реальної капіталізації підприємств як стан у постійних цінах 2012 року. Оцінка окремих видів активів була здійсненна таким чином:

–залишкова вартість основних засобів підприємств окремого виду діяльності за певний рік розраховувалася шляхом множення її вартості у 2012 році на темп зростання (зниження) її вартості відносно 2012 року[1];

–незавершені капітальні інвестиції, довгострокові фінансові інвестиції та інші необоротні активи розраховувалися шляхом ділення їх вартості за певний рік на індекс інфляції до 2012 року;

[1] статистичні бюлетені «Основні засоби України» за 2012-2017 рр.

– запаси розраховувалися шляхом ділення їх вартості за певний рік на індекс-дефлятор випуску товарів і послуг в основних цінах до 2012 року;

– дебіторська заборгованість для кожного виду діяльності розраховувалася шляхом ділення її вартості за певний рік на індекс-дефлятор випуску товарів і послуг в основних цінах до 2012 року для цього виду діяльності;

– поточні фінансові інвестиції (цінні папери строком до 1 року), грошові кошти та інші оборотні активи розраховувалися шляхом ділення їх вартості за певний рік на індекс інфляції до 2012 року.

Результати розрахунків активів підприємств України за видами діяльності у 2012-2017 рр. у цінах 2012 року представлені у таблиці 5. З неї видно, що загальна вартість активів підприємств України у цей період складала близько 5,4 трлн грн., коливаючись від 5,1 трлн грн. до 5,7 трлн грн. Відносно постійною була вартість активів підприємств транспорту – в середньому 344 млрд грн., коливаючись від 327 млрд грн. до 373 млрд грн.

Таблиця 5

Активи підприємств за видами діяльності у 2012-2017 рр. у цінах 2012 року, у млрд грн.

	2012	*2013*	*2014*	*2015*	*2016*	*2017*
Усього	5417	5658	5356	5053	5609	5067
Сільське господарство	277	308	339	415	775	433
Промисловість	1755	1831	1781	1645	1665	1635
Будівництво	261	286	240	210	194	206
Торгівля	1113	1142	978	841	936	882
Транспорт	342	352	340	327	373	329

Джерело: розраховано автором на основі даних статистичного збірника «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік».

Аналіз динаміки активів підприємств України у цінах 2012 року свідчить про наявність тенденції до зменшення їх вартості. У 2017 році їх вартість склала 93,5 % від рівня 2012 року, у промисловості – 93,1 % і у транспорті – 96,2 %. У торгівлі та будівництві зменшення було більш значним і склало більше 20 % (рис. 2).

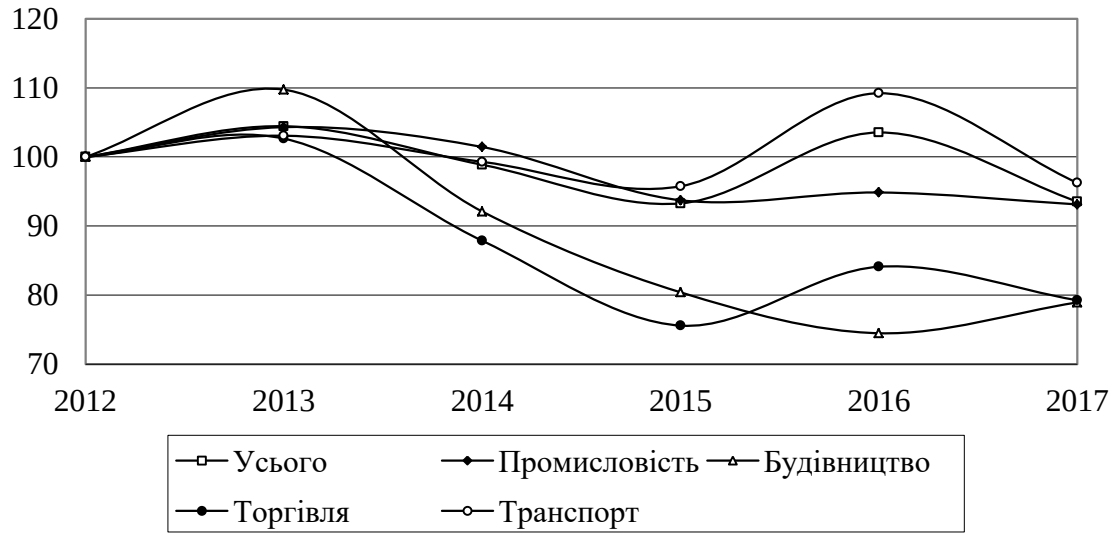

Рис. 2. Вартість активів підприємств України за видами діяльності у 2012-2017 рр. у цінах 2012 року (2012 рік за 100 %)

*Джерело:*розраховано автором на основі даних статистичних збірника «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік»

Зовсім інша ситуація була у сільському господарстві, де за період 2012-2017 рр. активи підприємств збільшилися більше ніж у 1,5 разу. Збільшення вартості активів підприємств у сільському господарстві у постійних цінах 2012 року обумовлено зростанням вартості усіх складових активів, основних засобів та нематеріальних активів (на 58,6 %), дебіторської заборгованості (на 76,8 %), запасів (на 47,6 %), грошей (на 2,9 %), довгострокових фінансових інвестицій (на 157,3 %) та інших активів (на 9,3 %).

Здійснені вище оцінки капіталізації підприємств України як стан на основі витратного (інвестиційного) підходу у фактичних цінах та у постійних цінах 2012 року доповнюють одна другу (рис. 3).

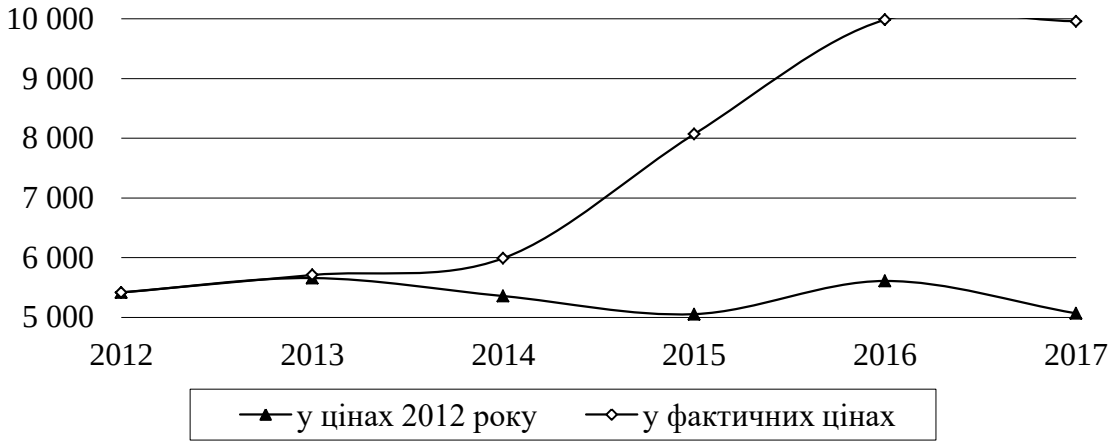

Рис. 3. Капіталізація підприємств України (вартість активів) у 2012-2017 рр. у фактичних цінах та цінах 2012 року, млрд грн.

Джерело: розраховано автором на основі даних статистичного збірника «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік»

Висновки та перспективи подальших досліджень. Оцінка у фактичних цінах відображає поточний рівень капіталізації підприємств. В той же час внаслідок інфляції, середній рівень якої у 2014-2017 рр. складав близько 20 %, робить неможливим порівнювати оцінок капіталізації за різні роки. Для вирішення цієї проблеми була здійснена оцінка капіталізації у постійних цінах, яка показала, що мало місце зменшення рівня капіталізації підприємств в цілому в країні та в основних видах діяльності, виключення стало сільське господарство, де рівень капіталізації підприємств збільшився більше ніж у 1,5 разу. Усе свідчить про негативні процеси в економіці країни, а саме деіндустріалізацію та домінування сировинних галузей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Буркинський Б.В., Горячук В.Ф. Капіталізація економіки регіонів України : монографія / НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. Одеса : ІПРЕЕД НАНУ, 2014. 293 с.

2. Баліцька В.В. Капітал підприємств України: тенденції, пріоритети / Ін-т екон. та прогнозув. К., 2007. 480 с.

3. Капіталізація економіки України / За ред. акад. НАН України В.М. Гейця, д-ра екон. наук А.А Гриценка. К. : Ін-т екон. та прогнозув., 2007. 220 с.

4. Бобух І.М. Пропорції та перспективи формування національного багатства України: монографія. К. : Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2010. 372 с.

5. Капитализация предприятий: теория и практика: [моногр.] / под. ред. д.э.н., проф. И.П. Булева, д.э.н., проф. Н.Е. Брюховецкой. Донецк : Институт экономики промышленности НАН Украины, 2011. 328 с.

6. Шумська С.С. Капіталізація економіки: системний підхід та методологічні напрямки дослідження // Економічна теорія. 2012. № 1. С. 35-49.

7. Посібник з оцінки бізнесу в Україні / Під загальною редакцією Я. Маркуса. К. : Міленіум, 2002. 320 с., С. 41-42.

8. Єлісєєва О.К., Яресько А.М. Методи оцінки основних засобів в умовах законодавчих змін: вітчизняний та зарубіжний досвід // *Економічний* форум 1/2017. С. 223-229.

9. Статистичні бюлетені «Основні засоби України» за 2012-2017 рр. / Державна служба статистики України, Київ, 2017.

10. Статистичний збірник «Діяльність суб'єктів господарювання за 2017 рік» / Державна служба статистики України, Київ, 2017.

REFERENCESE

1. Burkynsjkyj B.V., Ghorjachuk V.F. (2014). Kapitalizacija ekonomiky reghioniv Ukrajiny : monoghrafija [Capitalization of the economy of the regions of Ukraine]. – Odesa : IPREED NANU [in Ukrainian].

2. Balicjka V.V. (2007). Kapital pidpryjemstv Ukrajiny: tendenciji, priorytety [Capital of Ukrainian enterprises: trends, priorities] / – K.: In-t ekon. ta proghnozuv[in Ukrainian].

3. Kapitalizacija ekonomiky Ukrajiny (2007) [Capitalization of the Ukrainian economy]. Za red. akad. NAN Ukrajiny V.M. Ghejcja, d-ra ekon. nauk A.A Ghrycenka. – K.: In-t ekon. ta proghnozuv[in Ukrainian].

4. Bobukh I.M. (2010). Proporciji ta perspektyvy formuvannja nacionaljnogho baghatstva Ukrajiny [Proportions and prospects of forming the national wealth of Ukraine] – K.: In-t ekon. ta proghnozuv [in Ukrainian].

5. Kapitalizaciya predpriyatiy teoriya I praktika (2011) [Capitalization of enterprises: theory and practice] pod red d-ra ekon. nauk I.P. Buleva, d-ra ekon. nauk N.E. Bryuhoveckoy. Doneck: Institut ekonomiki promyshlennosti NAN Ukrainy [in Russian].

6. Shumsjka S.S. (2012). Kapitalizacija ekonomiky: systemnyj pidkhid ta metodologhichni naprjamky doslidzhennja [Capitalization of the economy: systematic approach and methodological directions of research]. Ekonomichna teorija, no 1, pp. 35-49 [in Ukrainian].

7. Posibnyk z ocinky biznesu v Ukrajini (2002.) [A Guide to Business Valuation in Ukraine]. Pid zaghaljnoju redakcijeju Ja. Markusa. –K.: Milenium [in Ukrainian].

8. Jelisjejeva O.K., Jaresjko A.M. (2017). Metody ocinky osnovnykh zasobiv v umovakh zakonodavchykh zmin: vitchyznjanyj ta zarubizhnyj dosvid [Methods of valuation of fixed assets in terms of legislative changes: domestic and foreign experience] / Ekonomichnyj forum 1. pp. 223-229.

9. Ctatystychni bjuleteni «Osnovni zasoby Ukrajiny» za 2012-2017 rr. [The statistical bulletin "Fixed Assets of Ukraine" for 2012-2017] / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny, Kyjiv, 2017. [in Ukrainian].

10. Ctatystychnyj zbirnyk «Dijaljnistj sub'jektiv ghospodarjuvannja za 2017 rik» [Statistical Collection "Activities of Business Entities for 2017"] / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrajiny, Kyjiv, 2017 [in Ukrainian].

УДК [336.923:663.2]:502.174(477+478)(045)
JEL F 15

OSYPOV V.M.,
Dr. Econ. Sciences, Professor
Science scholar co-worker
Institute of Market Problems And Economic&Ecological Research of the National Academy of Sciences of Ukraine,
French Boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: osipovugkonver@gmail.com
ORCID.ORG.0000-0003-1657-9849

OSYPOVA L.A.,
Dr. Technical Sciences, Professor
Head Department of Wine Technology and Oenology
Odessa National Academy of Food Technologies,
Kanatnaya str., 112, t. Odessa, Ukraine, 65039
E-mail: lora.osipova@yandex.ua
ORCID.ORG.0000-0003-1958-9399

GAINA B.S.,
Dr. Technical Sciences, Professor,
Academician of the Academy of Sciences of Moldova
borisgaina17@gmail.com

CONCEPT OF THE TRANSBOUNDARY CLUSTER ON PROCESSING OF SECONDARY RAW OF WINE FOOD IN UKRAINE AND MOLDOVA. PROBLEMS OF FORMATION AND DEVELOPMENT STRATEGY

Topicality. *Secondary raw materials of winemaking are a rich source of biologically active compounds, which makes it possible to use it for the production of a wide range of products of high value for various industries: food, pharmaceutical, perfume and cosmetic, chemical, etc. However, currently in Ukraine and in Moldova there are no specialized enterprises for the integrated processing of secondary raw materials of winemaking. In the vast majority of cases, in particular, crests and squeezes are uncontrolledly exported to agricultural lands without special treatment, which leads to acid soil erosion and environmental pollution by metabolites of micromycetes*.

At the present stage of technological development there is a wide range of innovative developments in the field of recycling of secondary bio-materials, in particular grape excrements, in order to obtain biologically valuable components. The main task in this direction is to create an organizational and economic mechanism that will unite the interests of winemaking enterprises (owners of secondary raw materials), processing enterprises (producers of secondary products of winemaking), representatives of local authorities and potential consumers of innovative products. A cluster ideology may be an effective tool for consolidating the interests of stakeholders in this direction.

Aim and tasks. *Development of the concept, formation and functioning of the cross-border cluster on the processing of secondary raw materials of winemaking, the core of which is the innovation-investment center, which provides cooperation of science, business and administrative resources, allows to provide non-waste technologies and use innovative solutions. In the process of recycling of secondary raw materials of winemaking in Ukraine and Moldova (about 100 thousand tons) is the possibility of obtaining more than 50 secondary winemaking products, which are in high demand in various sectors of the economy.*

The main objectives of this study are: ensuring sustainable development and the principles of the "green economy" in the development of viticulture and winemaking in Ukraine and Moldova; creation of high value-added biologically valuable products; obtaining social and synergistic effect in the process of forming a cluster.

Research results. *A systematic approach to the complex processing of grapes on the basis of cluster ideology is proposed. The proposed architecture of the cluster as managerial innovation in the subregional, regional, national and transboundary context allows us to form the poles of economic growth by consolidating and converting different types of capital: human, social, productive, natural, financial and intellectual to obtain additional economic benefits. The developed concept shows that sustained efficiency is achieved, first and foremost, enterprises are able to combine efforts and capital.*

Conclusions. *The analysis of technology of processing of grapes on wine materials in Ukraine and Moldova is carried out. The following is the list of the most promising products obtained from secondary raw materials of winemaking. The concept of creating a cross-border cluster for the processing of secondary raw materials of winemaking, which is based on the principles of the green economy.*

Keywords**:** *Grapes, secondary raw materials of winemaking, enotanin, grape seed oil, tartaric acid, biologically active compounds, cluster, green economics.*

ОСИПОВ В.М.,
Д-р екон. наук, професор, ст. наук. співроб.
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних
досліджень НАН України,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail:osipovugkonver@gmail.com
ORCID: 0000-0003-1657-984

ОСИПОВА Л.А.,
Д-р техн. наук, професор, зав. кафедри технології вина та енології,
Одеська національна академія харчових технологій,
вулиця Канатна, 112, м. Одеса, Україна, 65039
E-mail: lora.osipova@yandex.ua
ORCID: 0000-0002-8628-4408

ГАІНА Б.С.,
Д-р техн.наук, професор,
академік АН Молдови
E-mail: borisgaina17@gmail.com

КОНЦЕПТ ТРАНСКОРДОННОГО КЛАСТЕРА ПО ПЕРЕРОБЦІ ВТОРИННОЇ СИРОВИНИ ВИНОРОБСТВА В УКРАЇНІ ТА В МОЛДОВІ. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ І СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ

Актуальність. *Вторинна сировина виноробства є багатим джерелом біологічно активних сполук, що обумовлює можливість її використання для виробництва широкого асортименту продуктів з високою цінністю для різних галузей промисловості: харчової, фармацевтичної, парфумерно-косметичної, хімічної та ін. Однак в даний час в Україні і в Молдові відсутні спеціалізовані підприємства з комплексної переробки вторинної сировини виноробства. У переважній більшості випадків, зокрема, гребені і вичавки безконтрольно вивозять на сільськогосподарські угіддя без спеціальної обробки, що призводить до кислотної ерозії ґрунтів та забрудненню навколишнього середовища метаболітами мікроміцетів.*

На сучасному етапі технологічного розвитку є широкий спектр інноваційних розробок в сфері переробки вторинної сировини, зокрема виноградних вичавків з метою одержання біологічно активних речовин. Перспективним в цьому напрямку є формування організаційно-економічного механізму, який дозволить об'єднати інтереси виноробних підприємств (виробників вторинної сировини виноробства), переробних підприємств (виробників продуктів із вторинної сировини виноробства), представників місцевої влади та потенційних споживачів інноваційної продукції. Ефективним інструментом консолідації інтересів стейкхолдерів у даному напрямку може бути кластерна ідеологія.

Мета та завдання. *Розробка концепції, формування та функціонування транскордонного кластеру по переробці вторинної сировини виноробства, ядром якого є інноваційно-інвестиційний центр, що забезпечує кооперацію виробництва, науки, бізнесу та адмінресурсу та дозволяє впровадити безвідходні технології переробки винограду з використанням інноваційних рішень. У результаті переробки вторинної сировини виноробства в Україні та Молдові (близько 100 тис. т) є можливість отримання понад 50 видів продуктів, на які є підвищений попит в різних галузях народного господарства та на міжнародних ринках.*

Основними завданнями даного дослідження є: забезпечення сталого розвитку та принципів «зеленої економіки» в розвитку виноробства України та Молдови; створення продуктів з високою доданою вартістю; отримання економічного, соціального та синергетичного ефекту в процесі функціонування кластера.

Результати. *Запропоновано системний підхід до комплексної переробки винограду, як сировини для виноробства, на основі кластерної ідеології. Розроблено архітектуру кластера, як управлінської інновації, в субрегіональному, регіональному, національному та транскордонному масштабі, що дозволяє сформувати полюси економічного зростання за рахунок консолідації та конвертації різних видів капіталів: людського,*

соціального, виробничого, природного, фінансового та інтелектуального на одержання додаткового економічного ефекту. Запропонований концепт свідчить про те, що стійкої ефективності досягають, перш за все, підприємства, які здатні до об'єднання зусиль і капіталів.

Висновки. *Проведено аналіз технологій переробки вторинної сировини виноробства в Україні та Молдові. Наведено перелік найбільш перспективних продуктів з високою біологічною та споживчою цінністю, які одержують з вторинної сировини виноробства. Розроблено концепцію створення транскордонного кластера з переробки вторинної сировини виноробства, яка базується на принципах зеленої економіки.*

Ключові слова. *Виноград, вторинна сировина виноробства, энотанін, виноградна олія, винна кислота, біологічно активні сполуки, кластер, зелена економіка.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. При переробці винограду на виноматеріали утворюється вторинна сировина, найбільш значущими з якої за об'ємом і цінністю є гребені, вичавки, насіння, шкірка, частка яких складає 15 – 20 %. Анатомічні особливості виноградної ягоди, а також сучасні щадні технології переробки винограду на виноматеріали обумовлюють те, що вторинна сировина виноробства за вмістом біологічно активних речовин перевершує виноград і вино. Розробка інноваційних технологій комплексної переробки вторинної сировини виноробства на продукти з високою біологічною та споживчої цінністю є важливою науково-практичною проблемою. Ефективне використання вторинної сировини виноробства шляхом впровадження безвідходних технологій є стратегічним напрямом раціонального використання обмежених сировинних ресурсів та охорони навколишнього середовища. Концепція безвідходного виробництва спирається на принципи системності, комплексності використання сировини, циклічності матеріальних потоків, обмеження впливу виробництва на навколишнє природне і соціальне середовище.

Аналіз останніх публікацій по проблемі. Вітчизняні та зарубіжні вчені Агєєва Н.М., Зайко Г.М., Донченко Л.В., Касьянов Д.Г., Квасенков О.І., Гапоненко Ю.В., Бутова С.М., Ісмаїлов Т.А., Щеглов Н.Р, Ісрігова Т.О., Огай Ю.О., Черноусова В.В., Птіцин А.В., Мухтаров Е.І., Мусаєва Н.М., Влащик Л.Р., Сидоренко О.В., Переверткина В.В., Ісламов М.Н., Бондакова М.В., Арпентін Г.М., Гаіна Б.С, Кобірман Г., Осипова Л.А., Лозовська С.Т., Brenner-Weiss G., Franzreb M., Nusser M., Metivier R.P., Tataridis P., Apostolopoulos K. присвячують свої дослідження розробці новітніх технологій переробки, переважно виноградних вичавків, з метою максимального вилучення біологічно активних речовин і виробництва нових видів продукції. Велика частка технологій спрямована на отримання екстракту або порошку вичавків червоних сортів винограду з метою їх подальшого застосування у кондитерському виробництві чи в якості біологічно активних добавок для лікувально-профілактичного харчування.

У сфері наукової ідеології кластеризації заслуговують на увагу дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як Соколенко С.І., Войнаренко М.П., Дубницький В.І., Захарченко В.І., Осипов В.М., Єрмакова О.А., Кара С.В., Кураксіна С., Портер М., Маршал А., К. Бюдрі К., Бреши С.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відсутність в Україні і в Молдові стратегії безвідходної переробки біоресурсів, зокрема, винограду.

Недостатній рівень взаємодії між науковими, навчальними установами, виробництвом, бізнесом, законодавчою та виконавчою владою, особливо на базовому рівні місцевого самоврядування, що не дозволяє забезпечити сталий розвиток територій і досягти високої рентабельності виробництва інноваційних продуктів із вторинної сировини виноробства.

Формулювання цілей дослідження (постановка завдання). Створення інституціонального середовища для здійснення безвідходної переробки біоресурсів, що дозволить отримати синергетичний ефект в різних секторах агропромислового комплексу, зокрема, у сфері виноградарства та виноробства – галузей спеціалізації України і Молдови.

Використання організаційно-економічних механізмів та інструментів кластеризації для забезпечення сталого розвитку територій, на яких розміщені виноробні підприємства-постачальники вторинної сировини виноробства, а також визначення конкурентних переваг випуску інноваційних продуктів із вторинної сировини виноробства.

Створення експериментального полігону для розвитку інноваційної економіки з метою збільшення інноваційно-інвестиційної активності бізнесу, що послужить каталізатором інтеграції України і Молдови в європейський і світовий простір.

Виклад основних результатів та їх обґрунтування. В 2017 р. в Україні та Молдові було перероблено 270,9 тис т і 311,0 тис т відповідно винограду на виноматеріали. Перелік і обсяги основної и вторинної сировини виноробства наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Продукти переробки винограду на виноматеріали в Україні і Молдові в 2017 р.

Найменування сировини	Україна	Молдова
Основна сировина		
Виноград для виноробства, тис т	270,9	311,0
Виноматеріали, тис дал	18721,3	21459,0
Вторинна сировина		
Гребені, тис т	10,8	12,4
Вичавки, тис. т	36,4	43,4
Насіння, тис т	9,1	10,9
Шкірка, тис т	27,3	32,5
Дріжджові осідання, тис дал	468,0	536,5

При раціональній переробці вторинної сировини виноробства можна отримати продукти, що представляють значну цінність для ряду галузей народного господарства (харчової, фармацевтичної, парфумерно-косметичної, хімічної та ін.). Приклади продуктів переробки вторинної сировини виноробства наведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Продукти переробки вторинної сировини виноробства

Вторинна сировина виноробства	Продукти переробки вторинної сировини виноробства
Гребені	Енотанін (0,22…2,5 %), винна кислота, напої, добрива
Вичавки	Етанол, винна кислота, вуглеводи, поліфенольні концентрати, напої, меланін
Насіння	Виноградна олія (9,9…17,9 %), вітамін D, корм для тварин, харчовий порошок, абразивні матеріали, енотанін (0,31…5,6 %), меланін, білок (8,2 %)
Шкірка	Поліфенольні концентрати, енотанін (0,15…4,2 %), енобарвник, меланін, корм для тварин, добрива
Дріжджові осади	Етанол, препарати вітамінів групи В, білковий біопрепарат, дріжджі сухі, пептиди, амінокислоти, енантовий ефір
Виноградна лоза	Активоване вугілля, пелети

Принципову схему комплексної переробки солодких (незброджених) виноградних вичавків і гребенів наведено на рис. 1.

Незважаючи на незаперечну цінність, в переважній більшості випадків, зокрема, вичавки і гребені в Україні вивозять на сільськогосподарські угіддя, що призводить до кислотної ерозії ґрунтів, а внаслідок розвитку мікроорганізмів – до забруднення навколишнього середовища, посилюючи одну з глобальних проблем людства - екологічну.

До теперішнього часу не створені підприємства з переробки вторинної сировини виноробства, а відомі технології не ефективні з технологічної, економічної та екологічної точки зору, що говорить про не раціональне використання ресурсів і втрати матеріальних засобів.

Відсутні системні дослідження за фізико-хімічним, мікробіологічним, токсикологічним складом вторинної сировини виноробства з метою визначення оптимального напрямку її використання. Також стримуючим фактором є відсутність порівняльного аналізу існуючих технологій та обладнання для переробки вторинної сировини виноробства.

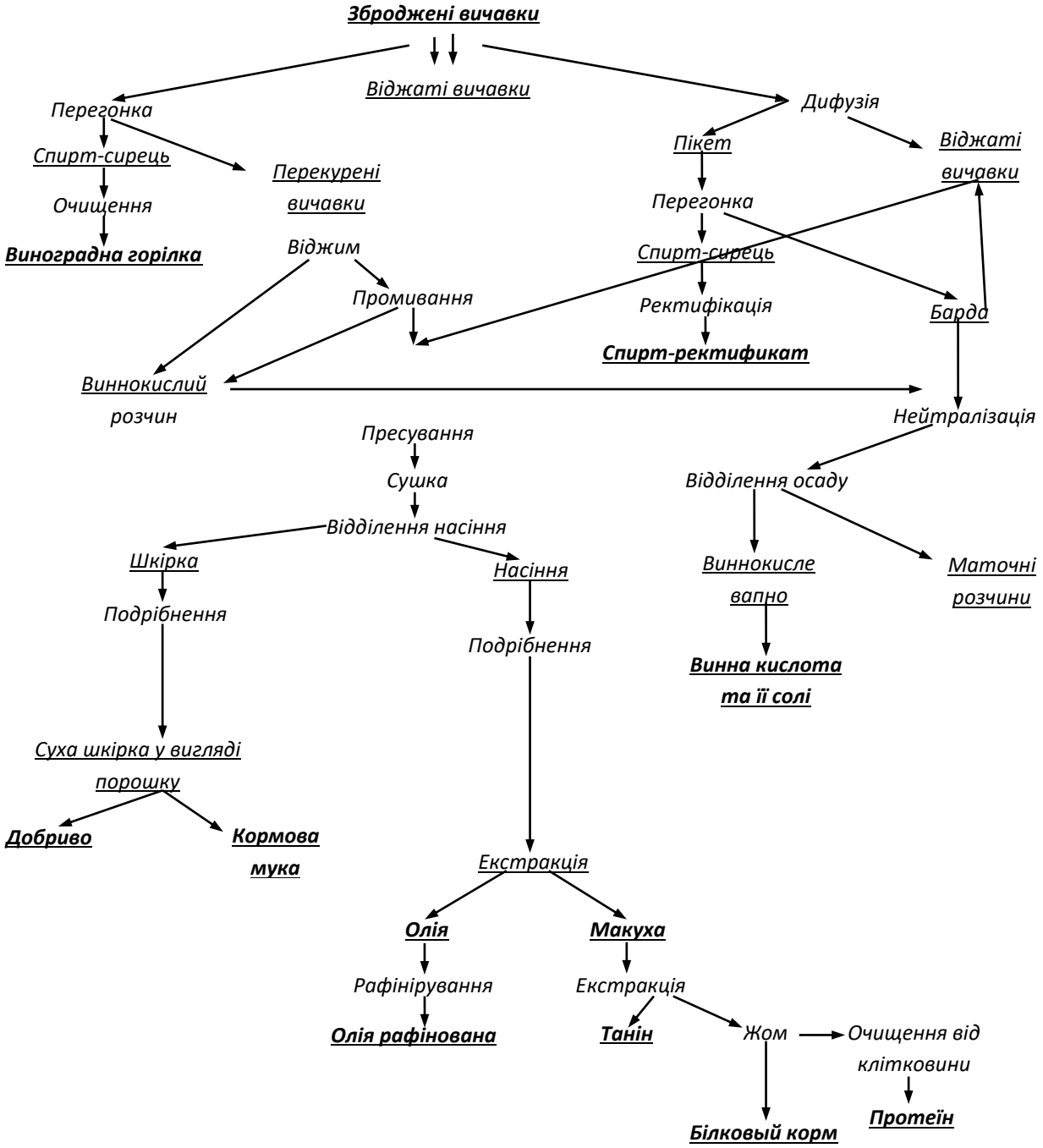

Рис. 1. Принципова схема комплексної переробки солодких (незброджених) виноградних вичавків і гребенів

Великі резерви приховані у впровадженні інноваційних технологій переробки вторинної сировини виноробства, дані по яких не систематизовані; відсутня і консолідація вчених, що займаються цією важливою проблемою сучасності.

У Республіці Молдова функціонують об'єднання з вирощування винограду, його переробки на виноматеріали, одержання вин і дистилятів різних типів, утилізації вторинної сировини виноробства. В даний час в промислових масштабах одержують біогаз, біоетанол, олію з насіння винограду, органічні добрива, пелети тощо.

Однак, комплексна утилізація вторинних продуктів знаходиться в початковій стадії розвитку, вимагає вивчення зарубіжного досвіду, потребує субсидій держави і знаходження ринків збуту, відчуває недосконалість оподаткування та законодавчої бази.

З метою ефективного вирішення існуючих проблем, пов'язаних з комплексною переробкою вторинної сировини виноробства, необхідне об'єднання виноробних підприємств в спеціалізовані кластери, що включають підприємства різного профілю діяльності (вирощування винограду, його

промислову переробку, виробництво вин і дистилятів, переробку цінної вторинної сировини: насіння, вичавків, дріжджових осадів, шкірки, виннокислих солей та ін.).

Кластери представляють собою перспективну організаційну систему господарювання з унікальним поєднанням ресурсів.

Ефективно керовані кластери сприяють розвитку регіональних і національних галузей економіки, що обумовлено:

• отриманням прямих позитивних ефектів логічного взаємозв'язку всередині кластеру, що призводить до активізації інноваційної діяльності, а також до появи нових методів конкуренції;

• сприятливими умовами для формування регіональних, міжрегіональних, транскордонних інноваційних систем;

• здатністю мобілізації внутрішнього потенціалу територіальних утворень;

• роллю кластерів в якості «полюсів економічного зростання». Формування кластеру прискорює процес створення умов для конкурентоспроможних технологій на основі впровадження інновацій, розповсюдження інформації, удосконалення інфраструктури;

• створенням попиту на спеціалізовані матеріально-технічні ресурси і послуги.

Взаємозв'язки всередині кластера забезпечують розвиток аутсорсингу, коли малі та середні підприємства виробляють продукцію, роботу і послуги для ключових суб'єктів кластера, тим самим сприяють розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні;

• конкуренцією між виробниками в кластері, яка призводить до поглиблення спеціалізації, пошуку нових ніш і його розширення, в результаті чого утворюються нові суб'єкти бізнесу, підвищується прибутковість регіонального виробництва, вирішуються проблеми зайнятості населення та посилюється інтеграційний потенціал регіону;

• інституціональністю форм забезпечення прикордонного співробітництва в сфері торгівлі, сільського господарства, туризму, транспорту, інфраструктури, що сприяє економічному розвитку прикордонних територій.

На основі вищевикладеного можна зробити висновок, що кластер – це управлінська інновація побудови в рамках специфічної територіальної (субрегіональної, міжрегіональної, транскордонної та ін.) конструкції, яка за рахунок соціального капіталу консолідує і на основі високоефективних технологій використовує людський, виробничий, природний і фінансовий капітали, в результаті чого утворюється додана вартість і забезпечується синергетичний ефект.

До основних принципів створення кластерних формувань відносять:

• добровільність об'єднання;

• рівноправність партнерів в структурі об'єднання;

• свободу вибору організаційних форм об'єднання;

• самостійність учасників.

Проте кінцевою метою кожного кластера є забезпечення розширеного відтворення, створення доданої вартості.

За допомогою кластерного механізму можливе підвищення рівня капіталізації економіки регіону за кількома напрямками, серед яких можна виділити наступні:

1) комерціалізація підприємницької ініціативи;

2) подовження ланцюга створення доданої вартості;

3) широка комерціалізація інновацій;

4) комплексна переробка вторинної сировини виноробних та інших видів виробництв на основі забезпечення замкнутого циклу виробництва.

Процеси капіталізації в рамках кластера можуть здійснюватися на основі одного з даних механізмів, або на основі інтегрованого варіанту, що об'єднує в собі кілька різновидів ефективних кластерних структур та механізмів.

Стосовно до переробки вторинної сировини виноробної галузі можливе застосування всього комплексу механізмів капіталізації, при цьому провідним напрямом повинно бути забезпечення економіки замкнутого циклу виробництва на безвідходні технології.

Важливою перевагою кластера є синергетичний ефект переміщення інновацій, який досягається в ході розробок і впроваджень у виробництво нових винаходів і розробок.

Інноваційний синергізм є наслідком спільного використання виробничих потужностей, розподілу витрат на науко-дослідні та дослідницько-конструкторські розробки, спільне використання високотехнологічного обладнання.

Впровадження інноваційних технологій і розповсюдження інформації на підприємствах кластера обумовлює прискорений інноваційний розвиток, реалізацію його інноваційного та наукового потенціалу і, що важливо, посилення практичної значущості наукових досліджень і освіти. Розробки наукових і освітніх установ, які увійшли в кластер, отримують практичне впровадження на підприємствах кластера. Це стає можливим завдяки спільному фінансуванню наукових досліджень в рамках кластера. Перехід підприємств кластера на інноваційний базис сприятиме підвищенню частки експорту високотехнологічної продукції, виробленої в регіоні і в державі в цілому, що особливо актуально для України і Молдови, з огляду на наявність великої сировинної бази і на її основі цілий перелік напівфабрикатів, які створюють основу, спрямованість потоків експорту, а це, в свою чергу, послужить вектором виходу на світові ринки.

Активізація підприємницької ініціативи обумовлює створення нових робочих місць в регіоні, залучення іноземних інвестицій, збільшення податкової бази, розвиток сучасної інфраструктури. Зміниться традиційна промислова політика, яка полягає у припиненні субсидування неконкурентоспроможних галузей. Поряд з цим пріоритетний розвиток повинен набувати малий і середній бізнес, як основа економічного, інноваційного та кластерного розвитку.

Важливою перевагою кластерної форми організації виробництва є накопичення соціального капіталу, який являє собою ресурс міжособистісних відносин, заснований на довірі і співпраці між учасниками кластеру. Розвиток ефективних комунікацій в рамках кластера стає можливим завдяки тому, що виникають неофіційні контакти і встановлюються відносини, які будуються на довірі між працівниками підприємств, що працюють в даному секторі економіки.

Соціальний капітал створює інтелектуальний мікроклімат для переміщення інформації, знань і інновацій, є необхідною складовою інноваційного процесу. Через мережі соціального капіталу відбувається трансформація знань в економічні можливості.

Ефект від застосування в кластері аутсорсингу дозволяє скоротити витрати на заробітну плату робітників, задіяних в суміжних сферах, не пов'язаних з основною діяльністю підприємства. Ефекти від розподілу ризиків між учасниками кластера, спільного використання інфраструктури, зниження транзакційних витрат обумовлюють зниження собівартості продукції, підвищення її конкурентоспроможності, а також зміцнення фінансової потужності підприємств, що входять в кластер.

У той же час, незалежно від особливостей процесу капіталізації в рамках пропонованого економічного формування, кластерна взаємодія забезпечує підприємствам-учасникам ряд переваг, які можна об'єднати в такі групи: підвищення продуктивності, впровадження інновацій, активізація підприємницької ініціативи, розвиток ефективних комунікацій і розповсюдження інформації.

Передумовами формування кластера з переробки вторинної сировини виноробства в транскордонному регіоні Україна-Молдова є наступні:

- значні обсяги вторинної сировини виноробства;
- малі масштаби вітчизняного виробництва по його переробці;
- можливість імпортозаміщення какао-бобів в кондитерській галузі порошком з макухи насіння винограду;
- висока економічна єфективність виробництва.

Стримуючими факторами є:

- обмеженість інструментів державного регулювання розвитку;
- недосконалість системи страхування;
- недостатнє завантаження виробничих потужностей виноробних заводів;
- недостатнє залучення інновацій у виробництво;
- низький рівень довіри між потенційними учасниками кластеру.

Особливістю транскордонних кластерів є те, що їх учасники розміщені в різних податкових, митних, законодавчих сферах України та Молдови, проте, можуть мати спільні підприємства та організації, користуватися спільною інфраструктурою, і можуть бути присутніми, перш за все, на транскордонних ринках.

Взаємодія між учасниками кластера здійснюється на основі довгострокових контрактів. Допоміжні учасники кластера (транспортні, маркетингові, наукові та ін. підприємства) отримують прибуток за рахунок своєї основної діяльності, їх інтерес від взаємодії в кластері – розширення споживачів їх послуг. Механізми розподілу прибутку між підприємствами-засновниками «ядра» кластера, варіюють в залежності від організаційних схем кластера. Виходячи з вищевикладеного, випливає наступне його визначення. Кластер – це добровільне об'єднання діючих виноробних підприємств і знову сформованих спеціалізованих підприємств і підрозділів, пов'язаних спільними цілями по підготовці і переробці вторинної сировини виноробства в транскордонному регіоні Україна-Молдова з впровадженням інноваційних технологій і консолідацією соціального капіталу для подальшого виробництва і збуту виробленої продукції на внутрішніх і зовнішніх ринках, з отриманням доданої вартості, з прозорим розподілом прибутку між усіма засновниками і учасниками в залежності від внесеного вкладу: сировини, обладнання, інновацій, технологій, фінансів, навчальних програм, автотранспортних, фінансових, маркетингових та інших аутсорсингових послуг.

Основними засновниками кластера повинні бути виноробні підприємства України і Молдови, що становлять виробничу платформу, а також регіональні і закордонні інвестори, орієнтовані на фінансування інноваційних технологій з переробки вторинних продуктів виноробства.

Інтелектуальним ядром і каталізатором економічного зростання кластера буде інноваційно-інвестиційний центр (ІІЦ), до складу якого увійдуть наукові співробітники і представники:

• Наукового центру «Український інститут вина» (НЦ «УІВ»);

• Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України (ІПРЕЕД НАНУ);

• Національного наукового центру «Інститут виноградарства і виноробства ім. В.Є.Таїрова» (ННЦ ІВВ);

• Технічного Університету Молдови (ТУМ);

• Одеської національної академії харчових технологій (ОНАХТ);

• виробничої платформи.

Організаційна структура кластера представлена на рис. 2.

На початковому етапі формування кластера структура ІІЦ буде представлена трьома госпрозрахунковими департаментами, що вирішують наступні завдання.

1. Департамент стратегічного розвитку та фінансування:

• розробляє довгострокову стратегію сталого розвитку кластера; здійснює моніторинг виконання етапів розвитку і актуалізації стратегічних і тактичних пріоритетів;

• бере участь у міжнародних грантах, національних програмах і конкурсах на отримання фінансового забезпечення для реалізації інноваційних проектів як для інфраструктурних програм кластера, так і для локальних проектів конкретних виноробних підприємств;

• допомагає формуванню сприятливого інвестиційного клімату в транскордонному регіоні для залучення інвестицій через встановлення стійких контактів з інвесторами, здійснює своєчасне інформування про існуючі умови для розміщення коштів, експертизи інноваційних проектів, забезпечує взаємодію з іноземними компаніями, що займаються подібними напрямками діяльності, проводить аналіз ринків в пошуку вільної ринкової ніші для збуту продуктів переробки вторинної сировини виноробства;

• здійснює інформаційно-аналітичне та маркетингове забезпечення і доступ до статистичної бази, аналітичним оглядам, а також маркетинговим дослідженням ситуації на інноваційному ринку, аналізуючи поведінку і перевагу споживачів;

• визначає ключові індикатори (показники) розвитку кластера;

• здійснює коротко-, середньо- та довгострокове планування інноваційного розвитку кластера, розробку програм функціонування основних його секторів.

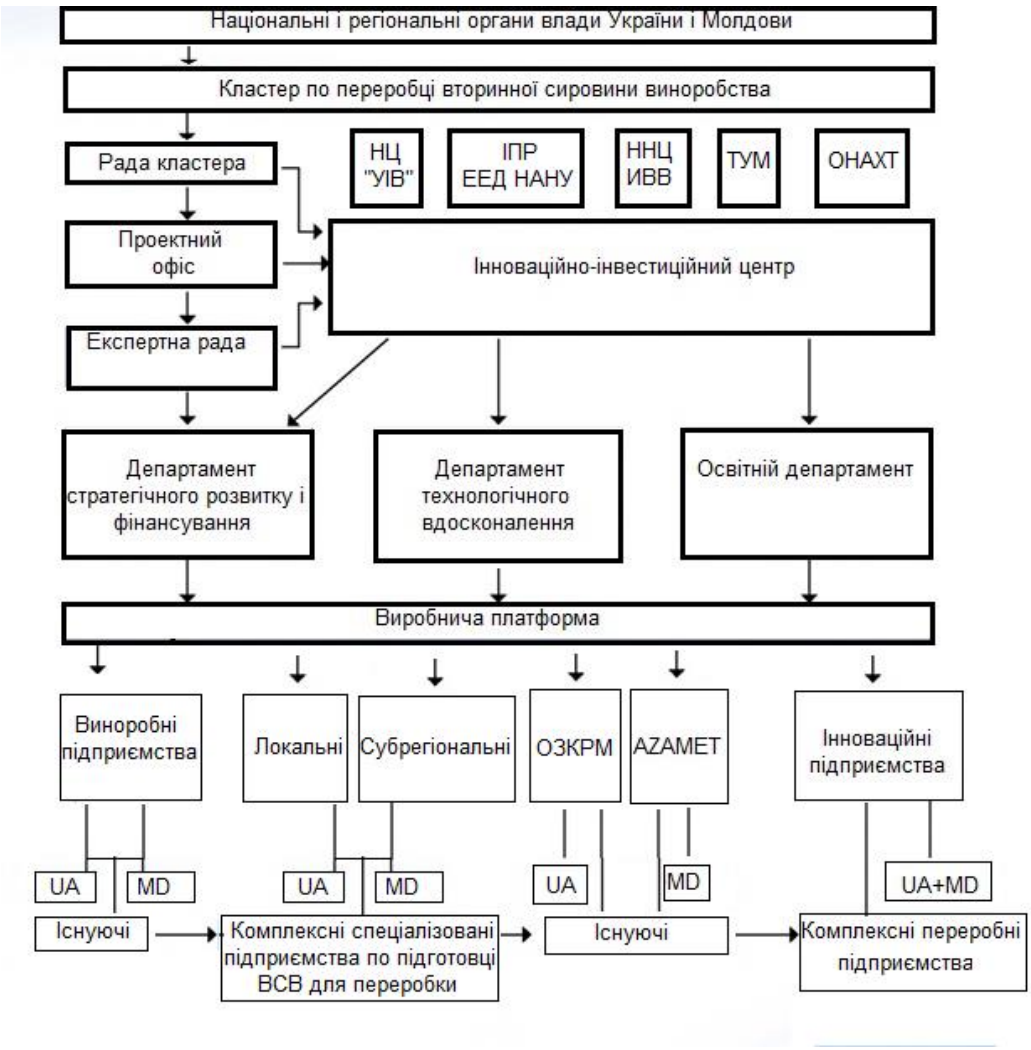

Рис. 2. Організаційна структура кластера

2. Департамент технологічного вдосконалення:

• забезпечує трансфер технологій і комерціалізацію результатів науково-технічної діяльності, створюючи малі високотехнологічні структури;

• надає технічну підтримку, здійснює моніторинг за дотриманням розроблених нормативів і правил, а також займається організацією ремонтних робіт;

• надає послуги з використання унікального обладнання і приладової бази;

• проводить інноваційний і технологічний аудит підприємств кластера.

3. Департамент освіти здійснює за рахунок джерел багатоканального фінансування розробку концепції програми безперервної освіти в кластері і субрегіоні, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників кластера.

У процесі формування і функціонування інноваційно-інвестиційний центр може здійснювати також управління інноваційною діяльністю субрегіону за допомогою створення інноваційної інфраструктури (технопарки, індустріальні парки, бізнес-інкубатори, ринок інновацій та ін.) і подальшого її управління.

Діяльність ІІЦ є принципово новим інструментом для сфери економіки і державного управління, вона дає можливість використовувати міжмуніципальне співробітництво і державно-приватне партнерство для підвищення конкурентоспроможності кластера в транскордонному регіоні Україна-Молдова.

Новими в виноробних зонах будуть спеціалізовані підприємства (цеха) з підготовки вторинної сировини виноробства (наприклад, висушування і фасування гребенів, насіння і шкірки) до подальшої переробки, які будуть розміщені в центрі субрегіону (з радіусом 50-70 км), де розташовані великі виноробні підприємства і пункти первинного виноробства виробничою

потужністю до 500 т винограду на добу. Частина підготовленої продукції (великі партії) буде направлятися на Одеський завод кісточкових і рослинних олій для переробки, залишок підготовленої сировини буде перероблятися протягом року на новостворених спеціалізованих підприємствах в Молдові та в Україні.

Також можлива комплексна переробка вторинної сировини виноробства на основі комбінування спеціалізованих цехів з великими виноробними підприємствами.

Будівництво одного спеціалізованого підприємства (цеху) замість кількох цехів переробки вторинної сировини при кожному винзаводі значно економічніше, вимагає менших капіталовкладень і транспортних витрат. На субрегіональних підприємствах значно скорочуються витрати праці, підвищується його продуктивність і зацікавленість в отриманні максимального виходу продукції при найменшій її собівартості, створюється більш високий рівень технології, з'являється можливість вироблення цілого ряду нових продуктів.

Базовими підприємствами з переробки виноградного насіння повинен стати Одеський завод кісточкових і рослинних олій в Україні та Чадир-Лунгський завод «Azamet» в Молдові.

Одеський завод кісточкових і рослинних олій був створений в 1893 р. і був єдиним в Радянському союзі, що здійснював виділення олії пресовим способом з насіння винограду та інших ягід, кісточок фруктів, а також отримання технічних олій з насіння льону, ріпаку, гірчиці, сої, арахісу, кунжуту, томатів для виробництва оліфи, фарб, спецзасобів.

Найбільшим попитом користується виноградна олія для приготування ін'єкційних розчинів і медикаментів у фармацевтичній, а також для виробництва продукції парфумерної, косметичної, кондитерської та інших галузей промисловості.

Слід підкреслити, що сировиною для заводу служать кісточки і насіння фруктів і ягід, в тому числі томатне насіння, що є вторинною сировиною консервної промисловості.

Таким чином, завод не тільки випускає цінну і, до певної міри, унікальну продукцію, але і забезпечує комплексне використання сільськогосподарської сировини, вторинної сировини підприємств харчової промисловості. Тим самим він вирішує завдання, пов'язані з охороною навколишнього середовища, що особливо важливо для умов Одеського регіону, який є рекреаційним центром і разом з тим характеризується розвиненою консервною та виноробною промисловістю.

На жаль, в даний час виробнича потужність підприємства завантажена лише на 35 %, тому що після розриву міжгосподарських зв'язків, створених в СРСР, завод зазнає великих труднощів з їх відновлення, із заготівлею та доставкою сировини з різних регіонів, пошуком нових ринків збуту і надійних довготривалих партнерів , як в Україні, так і за кордоном.

Незважаючи на труднощі, на заводі, який потребує технічного переозброєння, зберігся колектив професіоналів, існує в робочому стані обладнання, що дасть можливість випускати нові види продукції з вторинної сировини виноробства. А це і замінник какао-бобів з макухи насіння винограду для кондитерської галузі, і високобілкові корми для тваринництва і ставкового господарства на основі виноградної, соєвої, льняної, ріпакової та інших макух.

При комплексному використанні вторинної сировини на більш досконалій укрупненій технічній базі збільшиться випуск продукції, в 2-3 рази знизиться трудомісткість, підвищаться прибуток і рентабельність виробництва, прискориться окупність витрат.

Тому правильна організація переробки вторинної сировини виноробства є однією з найважливіших задач для виноробної промисловості України і Молдови.

Багатовікові традиції виноробства, унікальні комбінації природних факторів, інфраструктура і сформовані смаки споживачів тривалий період забезпечували домінування представників Старого Світу – європейських виробників вина на світовому ринку. В останні роки спостерігаються позитивні зрушення в розвитку виноградарства, виноробства та утилізації вторинної сировини виноробства в Україні та Молдові, що свідчить про системну імплементацію в європейський та світовий торговий простір.

Ідею формування транскордонного кластеру по переробці вторинної сировини виноробства підтримав Європейський Союз, виділивши у 2018 р. кошти на виконання грантового проекту EU № 83263440 «Розвиток українсько-молдавського прикордонного виробничо-науково-освітнього кластера з переробки вторинної сировини виноробства».

Світовий досвід засвідчує про те, що стійкої конкурентоспроможності досягають, перш за все, компанії, здатні до об'єднання зусиль. Тому створення кластеру є вірний шлях до забезпечення успіху в цій важливій галузі економіки України і Молдови.

Висновки та перспективи подальших досліджень:

1. Виноробні підприємства України та Молдови мають значний потенціал вторинної сировини для її комплексної переробки на нові види продукції.

2. Найбільш конкурентоздатними продуктами переробки вторинної сировини є етиловий спирт, харчовий енобарвник, олія з виноградного насіння, макуха з насіння винограду, винна кислота і її похідні, вітамін D, білковий корм, добрива та ін.

3. Для підприємств з невеликим обсягом винограду, що переробляється (до 1000 т в сезон), доцільна передача вичавків, насіння великим виробникам (1000…10000 т в сезон) для їх комплексної переробки в рамках кластера, який формується.

4. Тільки при створенні кластера можливо реалізувати концепцію «зеленої економіки», яка дозволяє впровадити комплекс інноваційних та безвідходних технологій з переробки вторинної сировини виноробства. Синергетика взаємодії учасників кластера на базі консолідації соціального капіталу дозволить забезпечити ефект масштабу і вийти на конкурентні ринки.

5. Інтелектуальним ядром і каталізатором економічного зростання повинні стати провідні науково-навчальні заклади України та Молдови, що входять до складу інноваційно-інвестиційного центру кластера і прилеглих до них установ.

6. Виробничу платформу кластера складуть виноробні заводи України і Молдови, а також новостворені спеціалізовані цехи з підготовки вторинної сировини виноробства для подальшої переробки на існуючих або нових підприємствах.

7. З метою успішної реалізації на внутрішньому ринку, а також експорту інноваційної продукції, виробленої з вторинної сировини виноробства, слід керуватися сучасними правилами та вимогами країн Європейського Союзу, як найпередовішими і найефективнішими – впровадження готової продукції, що простежується протягом усього технологічного циклу (від підготовки сировини до випуску), впровадження систем контролю HACCP і систем сертифікації ISO.

ЛІТЕРАТУРА

1. Разуваев Н.И. Комплексная переработка вторичных продуктов виноделия. М. : Пищепром, 1975. 121 с.
2. Осипова Л.А., Саркисян Т.М., Локатарьова О.В. Проблемы утилизации вторичных продуктов виноделия // Пищевая наука и технология. 2009. № 3(8). С. 76-77.
3. Осипов В.Н., Захарченко В.И. Кластерная форма территориально-производственной организации: в 2-х частях (4.2 – Повышение региональной конкурентоспособности на основе кластерного подхода. Одесса : «Фаворит» – «Печатный дом», 2010. 236 с.
4. Осипов В.Н., Осипова Л.А. Виноградарство и виноделие Украины. Современное состояние, проблемы, тенденции развития // Экономист. 2015. № 5. С. 28-31.
5. Осипов В. Н., Ермакова О.А. Кластеры в экономике Украины: монография / Под науч. ред. д.э.н., проф. М. П. Войнаренко. Хмельницкий : ХНУ, ФОП Мельник А. А., 2014. 1085 с.
6. Головне управління статистики в Одеській області, 2017 / Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. URL : www.od.ukrstat.gov.ua.
7. Матчина И.Г., Бузни А.М. Экономика виноделия: монография. Симферополь : Таврида, 2003. 256 с.
8. Переробка винограду та виробництво виноматеріалів. Експрес–випуск від 14.01.2015 р. №2/0/06.2вн-15. Державна служба статистики України
9. Основы процессов обезвреживания экологически вредных отходов виноделия / В.Ковалев, О. Ковалева, Г. Дука, Б. Гаина и др. Кишинэу : Тип. АНМ, 2007. 344 с.
10. Катрич Л.И. Разработка технологии производства биологически активных продуктов из виноградной выжимки: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. т. наук. Ялта : НИВВ «Магарач», 2014. 20 с.
11. Гаина Б.С. Энология и биотехнология продуктов переработки винограда. Кишинев : Изд. Штиинца, 1990. 267 с.
12. Гаина Б., Кобирман Г., Стурза Р. и др. Масло из виноградных косточек – биологически активный компонент для косметической отрасли // Напитки. Технологии и инновации. 2017.

Киев. С. 54-57.

13. Гербер Ю.Б., Панченко И.Г. К вопросу энергосбережения при переработке виноградных выжимок // Научные труды ученых Крымского ГАУ (технические науки). Симферополь. 2002. Вып. 69. С. 18-23.

REFERENCES

1. Razuvaev N.I. (1975) Kompleksnaja pererabotka vtorichnyh produktov vinodelija. [Complex processing of secondary products of winemaking] Moskva, Pishheprom. 121p [in Russian].

2. Osypova L.A. (2009) Problemy utilizacii vtorychnyh produktov vinodelija / Osipova L.A. Sarkisjan T.M., Lokatareva E.V. // Picshevaja nauka i tecshnologija Vol. 3(8), 76-77. [in Russian].

3. Osipov V.N. & Zaharchenko V.I. (2010) *Klasternaja forma territorial'no-proizvodstvennoj organizacii [Cluster form of territorial production organization]* Odessa: «Favorit» – «Pechatnyj dom». [in Russian]

4. Osipov V.N. & Osypova L.A. (2015) Vinogradarstvo i vinodelie Ukrainy. Sovremennoe sostojanie, problemy, tendencii razvitija [Viticulture and winemaking of Ukraine. Current state, problems, development trends]. *Jekonomist. Economist, Vol. 5, 28-31*. [in Russian].

5. Osipov V. N. & Ermakova O. A. (2014). *Klastery v jekonomike Ukrainy [Clusters in the economy of Ukraine]* et.al. Vojnarenko M. P. Hmel'nickij: HNU, FOP Mel'nik A. A. [in Russian].

6. Holovne upravlinnia statystyky v Odeskii oblasti (2017) [The Main Department of Statistics in Odessa Oblast. Retreived from : www.od.ukrstat.gov.ua.

7. Matchina I.G. & Buzni A.M. (2003) *Jekonomika vinodelija [Wine making economics*]. Simferopol': Tavrida [in Russian].

8. *Pererobka vynohradu ta vyrobnytstvo vynomaterialiv [Reprocessing grapes and wineries]*. (2015). Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].

9. Kovalev V., Kovaleva O., Duka G., Gaina B., et.al. (2007) *Osnovy processov obezvrezhivanija jekologicheski vrednyh othodov vinodelija [Fundamentals of the process of neutralization of environmentally harmful winemaking waste]*. Kishinjeu, Tip. ANM [in Russian].

10. Melaninovye pigmenty kul'turnogo vinograda / Sava V.M., Makan S.Ju., Paraska P.I. i dr. Kishinev: Izd. Shtiinca, 1990. 164 p.

11. Katrich L.I. (2014) Razrabotka tehnologii proizvodstva biologicheski aktivnyh produktov iz vinogradnoj vyzhimki. [Development of technology for the production of biologically active products from grape marc] *Extended abstract of candidates thesis* Jalta: NIVV «Magarach» [in Russian].

12. Gaina B.S. (1990) *Jenologija i biotehnologija produktov pererabotki vinograda. [Enology and biotechnology of grape processing products]* Kishinev. Izd. Shtiinca

13. Gaina B., Kobirman G., Sturza R. et.al. (2017) Maslo iz vinogradnyh kostochek – biologicheski aktivnyj komponent dlja kosmeticheskoj otrasli [Grape seed oil is a biologically active ingredient for the cosmetic industry]. *Napitki. Tehnologii i innovacii. - The drinks. Technology and Innovation* [in Russian].

14. Gerber Ju.B. & Panchenko I.G (2002) K voprosu jenergosberezhenija pri pererabotke vinogradnysh vyzhimok [On the issue of energy saving in the processing of grape marc] *Nauchnye trudy uchenyh Krymskogo GAU (tehnicheskie nauki) - Scientific works of scientists of the Crimean State Agrarian University (technical sciences)*, 69, 18-23 [in Russian].

УДК 338.656.03
JEL H27, R42, R48

REMZINA N.A.,
Senior Engineer, Market of Transport Services Department
Institute Of Market Problems And Economic & Ecological Research of the
National Academy Of Sciences Of Ukraine,
Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine
E-mail: natalia_re@i.ua
ORCID: 0000-0002-0838-5166

PORT DUES AS THE MAIN SOURCE OF FINANCING OF THE PERMANENT STRUCTURES OF THE MARITIME TRANSPORT SYSTEM

Topicality. *Maintaining of the permanent structures of the maritime transport system in proper condition is one of the components of the domestic seaports competitiveness. The relevance of the problem of the permanent structures financing is based on the high degree of port infrastructure deterioration and lack of investment for its development. Today in Ukraine the only source of funds for the development of permanent structures of the maritime transport system is the port dues, which are among the highest in the world. This fact negatively affects on the cargo turnover of Ukrainian seaports. So, the issue of port dues is relevant and requires a thorough study. There are discrepancies in the existing differentiation of port dues rates in Ukraine and in the world, between the number of port dues in the competitive Ukrainian ports. The disputable issue is the methodology for collecting port dues.*

Aim and tasks. *The purpose of the article is the theoretical and methodical development of the basic provisions of the port dues system reformation, paying attention on the financing of the permanent structures of the maritime transport system. In order to achieve this goal, it is necessary to study the essence of port dues, to develop their classification, to analyze international experience, to study the legislative regulation of the port dues system in Ukraine.*

Research results. *The article outlines the main schemes for collecting port dues, analyzes the types of port dues in Ukraine, identifies the main problems. The port dues classification is systematized by author. On the basis of the analysis of Administration of seaports of Ukraine revenues it was found that the share of port dues in the income structure is about 70 %. The analysis of the dynamics of cargo turnover indicators and the income from the port dues was carried out. In view of the analysis, the list of directions is proposed in order to improve the port dues system in Ukraine. It is analyzed the legislative framework and the Methodology the calculation of port dues.*

Conclusions. *The proposed ways of improving the mechanism of collection of port dues will improve the efficiency of functioning of the port industry in Ukraine in conditions of high competition among the Black Sea ports. Prospects for future research in the field of port dues collection are based on the economic justification of each type of port dues.*

Keywords: *seaports, port infrastructure, classification of the port dues, pricing policy.*

РЕМЗІНА Н.А.,
Провідний інженер, Відділ ринку транспортних послуг
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: natalia_re@i.ua
ORCID: 0000-0002-0838-5166

ПОРТОВІ ЗБОРИ ЯК ЄДИНЕ ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ПОСТІЙНИХ УСТРОЇВ МОРСЬКОЇ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ

Актуальність. *Утримання постійних устроїв морської транспортної системи в належному стані є однією із складових конкурентоспроможності вітчизняних морських торговельних портів. Актуальність проблеми фінансування постійних устроїв викликана високим ступенем їх зносу та відсутністю інвестицій для розвитку. Єдиним джерелом фінансування портової інфраструктури є портові збори, які є одними з найвищих у світі, що негативно впливає на вантажообіг в українських портах. Спостерігаються розбіжності в існуючих диференціаціях ставок портових зборів в Україні та в світі, між кількістю портових зборів в конкурентних портах України. Сьогодні дискусійним питанням є методологія стягнення портових зборів. Тому доцільним є аналіз портових зборів, стягуваних в українських портах, дослідження їх сутності та визначення можливостей конкурентної тарифної політики з метою підведення теоретичного базису для змін у правовому забезпеченні механізму їх стягнення та нарахування.*

Мета та завдання. *Метою статті є розробка теоретичних та методичних положень щодо реформування системи портових зборів як єдиного джерела фінансування постійних устроїв морської транспортної системи. Для досягнення поставленої мети необхідно вивчити сутність портових зборів, розробити їх класифікацію, проаналізувати міжнародний досвід, вивчити законодавче регулювання формування та стягнення портових зборів в Україні.*

Результати. *В статті зазначено основні схеми стягнення портових зборів, проаналізовано види портових зборів в Україні, виявлені основні проблеми, розроблена класифікація портових зборів. На основі аналізу доходів Адміністрації морських портів України виявлено, що частка портових зборів в структурі доходів складає близько 70 %. Проведено аналіз динаміки показників вантажообігу та суми надходжень від портових зборів. З огляду проведеного аналізу пропонується перелік напрямків, направлених на удосконалення формування портових зборів в портах України. Проаналізовано законодавчу базу на проект Методикі розрахунку ставок портових зборів.*

Висновки. *Запропоновані шляхи удосконалення механізму стягнення портових зборів дозволять підвищити ефективність функціонування портової галузі України в умовах жорсткої конкуренції серед портів Чорного моря. Перспективи майбутніх досліджень у сфері формування та стягнення портових зборів полягає в економічному обґрунтуванні кожного виду портових зборів.*

Ключові слова*: морські порти, портова інфраструктура, класифікація портових зборів, ціноутворення.*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. Ukraine has a powerful port complex, which includes 13 seaports, capable of processing up to 230 million tons of cargo per year. But today it is hardly achievable task to ensure the increasing of cargo turnover volumes. There are number of reasons of this problem. First, port infrastructure deterioration is increasing (more than 70%). Secondly, there is insufficient financing for the development of permanent structures of the maritime transport system. Thirdly, there is no effective mechanism for attracting private investments for the development of seaports and protecting the rights of investors in Ukraine. As a result of these problems, Ukrainian seaports are being squeezed out of international transport services markets. It is relevant the question of competitiveness of the Ukrainian port infrastructure, which is lags behind most European states according to the criteria of quality of services.

Today in Ukraine the port dues system needs to be improved. Therefore, it is expedient to analyze the port dues collected in Ukrainian ports, to investigate their essence and to determine the possibilities of a competitive tariff policy in order to provide the theoretical basis for changes in the legal provision of the mechanism of port charges collection.

Analysis of recent publications on the problem. Oneshko S.V. and Kravchenko Y.V. [1] investigated the main directions of the improvement of port dues system in Ukraine. Popov V. [2] paid much attention to the analysis of the methodology of calculating port dues rates. Vlasova V.P., Beregova T.O., Podgrusna A.V. [3] reviewed the main concepts of the process of pricing formation in the seaports. Kivalov S.V. [4] analyzed the current Ukrainian legislation that regulates the port dues, compared the practice of collecting of the port dues in Ukraine and in foreign countries, and also proposed possible ways of improvement of the state policy of Ukraine in the field of port duties. Investigation of Zhikhareva V.V. [5] is focused on development of methodological approaches to the formation of port dues. Yudina N.I. [6] reviewed the nature of port dues and the basic schemes for collecting port dues.

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. The analysis of scientific researches shows that not enough attention is given to the issue of the port dues as a source of financing of the permanent structures of the maritime transport system. There is still no clear mechanism for taking into account the investment component of port dues to finance the development of port infrastructure facilities.

Formulation of research objectives (problem statement). The purpose of the article is to analyze the port dues as a source of financing of the permanent structures of the maritime transport system. The main tasks of the article are to study the port dues nature theoretically, to develop the classification of the port dues, make the calculations of the income structure of the Administration of the seaports of Ukraine, make suggestions on the improvement of the port dues system.

An outline of the main results and their justification. The port dues system performed unequal functions at different historical stages. The following functions of port dues were formed under the influence of certain dialectical and historical laws: protection of national interests, trade promotion, social factors (creation of workplaces, demographic factors), more efficient use of port facilities, coverage of services costs) [6, p. 102]. Port charges have been collected from feudal times in order to cover the costs of maintaining and developing port facilities, taxes and barriers. The last two functions lost their significance

with the development of the capitalist relations. In 1709 in Liverpool the docks due was established in order to cover the costs of construction and maintenance in the operational conditions the port docks. The legislation in England secured the right of ports to collect the following port dues: the docks dues; wharfage rates that were calculated on the number of tones (weights) actually loaded or unloaded on the waterfront; town dues and at some ports - port harbor dues [4, p. 7].

The theoretical study of the nature of port dues should begin with the development of their classification by main features (Fig. 1).

Depending on the terms of collection, port dues are divided into mandatory and optional. The reason for collecting of the mandatory dues is the fact of the ship's arrival to the port, regardless of whether the client has used these or other port services or not (ship's dues, anchorage dues). Optional dues are paid by the vessel for services rendered to him in the port (pilotage dues) [3, p. 432].

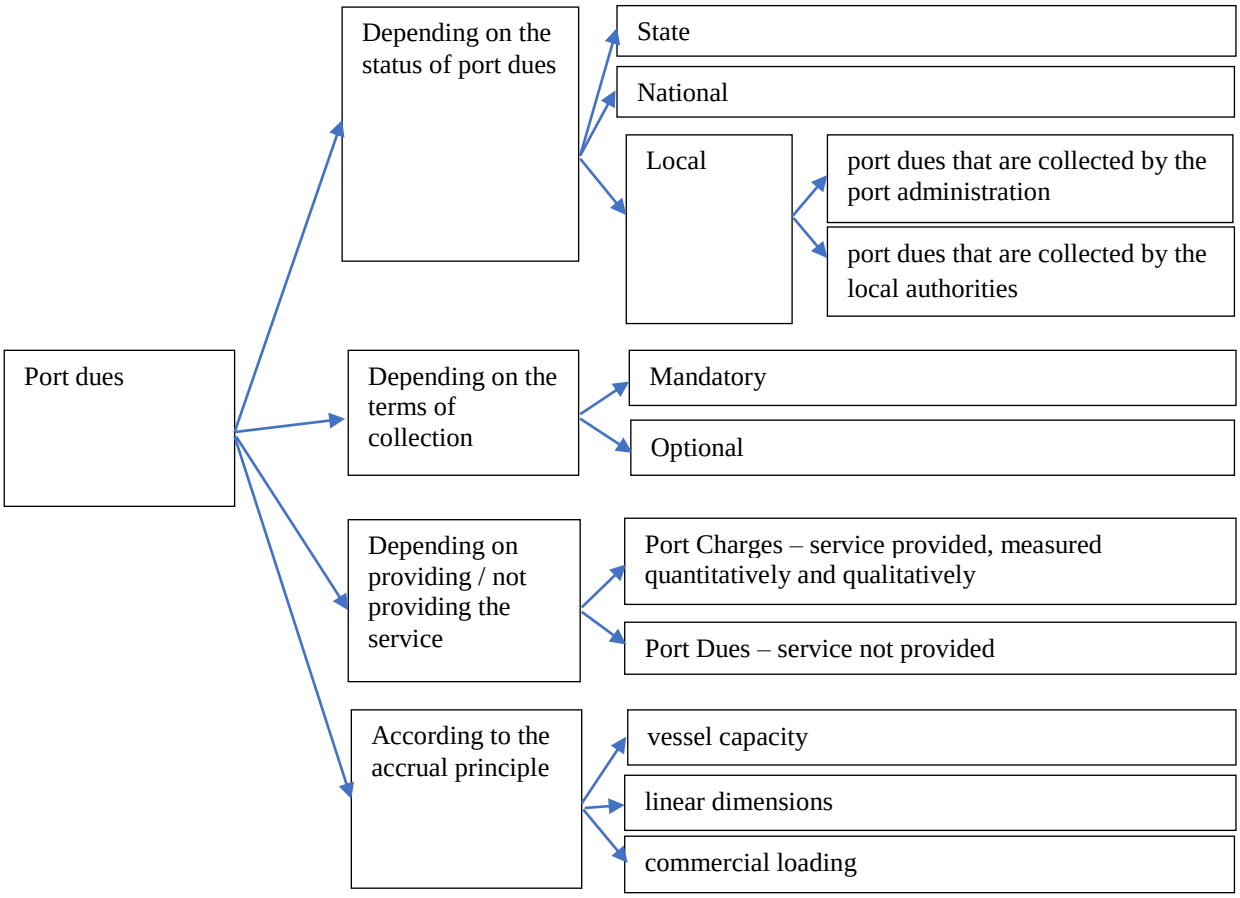

Fig. 1. Port dues classification

Source: the classification is systematized by author on the base of [1, 3]

There are state, national, local port dues depending on their status. The aim of the state dues is to cover the expenses of the state in the maintenance of its ports or their separate structures (lighthouse service, pilotage services, etc.), state bodies of customs and sanitary control. The port dues rates are set at the state level and applies to all ports in the country. In the case if the costs exceed the income of the port, the state compensates the missing part from the state budget. Such scheme is implemented in Finland on the fairway harbor dues and pilotage dues, in Denmark – on the ice-breaker dues [7].

The national port dues are collected to the national fund or organization that finances the development of permanent structures of the maritime transport systems. For example, in England, a special fund was created to finance lighthouses in operational condition. The lighthouse dues are transferred to this fund. In the United States, a freight dues are collected to the federal fund, which finances dredging in ports [6, p.106].

The local port dues are implemented at each port by municipalities, port authorities and other authorities that own or manage ports. However, local dues may be different in size, but in most countries all ports of the country are subject to the same rules [1, p. 825].

Local port dues can be collected by the port administration or local authorities to the local budget. In the case if the maintenance and development of the port infrastructure is carried out by the port administration, the expenditure part of the financial plans of the administrations may require compulsory approval by the central or local authorities. Such scheme is implemented in the ports of Great Britain, Denmark, Poland, Ukraine, Russia, in the major ports of Portugal and France. If port dues are collected by to local budget, local authorities determine the level of port dues, the directions for their use and take full responsibility for the uninterrupted operation of the port. This scheme is implemented in the port of Hamburg, in some ports of Portugal and Denmark [4, p. 12].

In the international practice, port dues are divided into two groups:

- Port Dues – fees, which do not involve providing explicit services to the vessel, measured quantitatively and qualitatively.

- Port Charges – fees, the payment of which involves specific service to the vessel, measured quantitatively and qualitatively. A characteristic feature of these services is the obligation for the vessel [8, p. 19].

The port dues in the port of Hamburg (Germany) is based on this principle. According to Art. 6 of the National Law "The Duties and Fees" and Art. 14 of the City Law "The Shipping and Port Dues", port dues of the first group (Port Dues) should only partially offset the costs of maintaining port infrastructure in working conditions and the construction of port facilities. Due to this fact, the rates of the port dues of the first group in the port of Hamburg are considerably lower than in the English, French, Swedish, Finnish, and Ukrainian ports. Depending on the size of the vessel, they takes 4-25 % of the ship call to the port of Hamburg, while in ports of the listed countries they account for 40-55 %. To the second group (Port Charges) belongs the following fees: pilotage, mooring, towing charges. Their rates are much higher than in other ports. In the sum with the dues of the first group, they equate the cost of the ship call to the port of Hamburg with the cost of the ship call to other ports. In Hamburg, the right to collect port duties belongs to the local authorities for administrative actions and for the use of waterways, structures and equipment of the port of Hamburg. As the port dues are not enough to cover the costs of maintaining and developing the port infrastructure, the ports are financed from the city budget (for example, it was compensated by the 75 % of the costs of maintaining the port infrastructure in 1999).

The Elbe channel and the 70-mile fairways are not part of the Hamburg port structure, they are under government control, which refused to charge any fees in their favor by financing dredging works and navigating equipment from the state budget. This fact contributes to lower the port dues of Hamburg [7].

According to the accrual principle there are the following port dues: the port dues by the vessel capacity (in tons or cubic meters), port dues by its linear dimensions (by the length of the vessel in meters or feet, by the vessel's draft in meters, by decimeters, by feet), port dues by the commercial loading (by quantity of delivered or accepted cargo and passengers), etc. The amount of port dues also depends on the type of voyage of the ship (foreign, cabotage); forms of navigation (liner, tramp); flag of the vessel (national regime, most favored nation mode); classification of a fleet (trade, industrial, military, etc.); the kind of cargo and the number of ship calls [1, p. 826].

There is a high competition between the ports in the Black Sea region today. Port dues are an important factor affecting the attractiveness of the port and, as a consequence, its cargo turnover. Ports of Ukraine lose their competitiveness, because they collect the largest number of port dues, namely the following 7 types: ship’s dues, quay dues, anchorage dues, channel dues, beacon dues, administrative dues and sanitary dues. For comparison, in the port of Constanta (Romania) there are only three such dues: port access tariff, quay tariff, Basin tariff [9].

The port dues in Ukraine are higher than the port dues of other countries of the Black Sea basin. According to researches, in 2016 the cost of a Capesize type ship call to the port of Yuzhny – is 430,000 USD (of which 326,000 USD – port dues). For comparison, a ship call of the same class to the port of Novorossiysk (Russian Federation) is 123,000 USD, to the port of Constanta (Romania) – 112.000 USD, to the port of Erdemir (Turkey) – 64,500 USD [10].

Today, the port of Constanta (Romania) is a leader in reducing of the port dues in the Black Sea region. Moreover, in Constanta, much earlier than in Ukrainian ports was introduced a simplified mode of

processing of transit cargo - transshipment. Due to the low rates of port service tariffs and the lowest port dues in the region, the port of Constanta has achieved leadership in handling of container cargoes in the Black Sea (50 % of transit containers that arrive to this port are processed in transshipment mode) [11].

Today, the high competition among the ports of the Black Sea, the ship's qualitative and quantitative characteristics improvement requires ports not only to maintain port infrastructure in the proper operating conditions, but also bring it to the current needs of the market and fleet. According to the State Property Fund of Ukraine the degree of port infrastructure deterioration is 70-90 %.

According to Art. 22 of the Law of Ukraine "The seaports of Ukraine" the financing of the hydraulic structures to maintenance their passport characteristics is on the base of the port dues collected at seaports where such hydrotechnical structures are located [12]. So, port dues are the only source of funding for permanent structures of the maritime transport systems.

Use of funds from port dues is allowed only for target purpose. Consider the directions of port dues use for permanent structures of the maritime transport system in accordance with the Procedure of accounting and using funds from port fees, approved by the Order of the Ministry of Infrastructure of Ukraine (Table 1).

Table 1

Port dues types in Ukraine and directions of their use in relation to permanent structures of the maritime transport system

<table>
<tr><th>Port dues types</th><th colspan="2">Directions of the port dues use</th></tr>
<tr><td>ship's dues</td><td>- maintenance and cleaning of the port water area and the operational water area of the berth (berths) from sediment and substances contaminating its surface and bottom;
- maintenance, repair, modernization, reconstruction and construction of fencing and shore-protection buildings of the port;
- performance of significant work at the port water area and operational water area of the pier (berths);
- dredging works related to the maintenance, improvement, development (expansion) of the port water area and the operational water area of the pier (berths)</td><td rowspan="5">- investments made by economic entities in strategic objects of the port infrastructure, which are objects of state ownership, in accordance with the current legislation
- on compensation of the cost of underwater hydro technical facilities (channels, operational water areas of berths, etc.) that were built up from private investments before the Law of Ukraine "The Sea Ports of Ukraine" came into force and entered in the register of hydro technical structures in accordance with the procedure established by the law, transferred to the state property, in accordance with the procedure and on conditions determined by the Cabinet of Ministers of Ukraine in accordance with the current legislation</td></tr>
<tr><td>quay dues</td><td>- maintenance of berthing facilities and adjoining areas;
- repair, modernization, reconstruction and construction of berthing structures and adjoining territories.</td></tr>
<tr><td>anchorage dues</td><td>- maintenance and servicing of internal anchorages
- repair, modernization, reconstruction and creation of anchorage places</td></tr>
<tr><td>channel dues</td><td>- dredging works related to the maintenance and / or improvement of design dimensions on the channels;
- maintenance, maintenance and repair of beacons, coastal and floating means of navigation equipment (TNA) in channels;
- construction (purchase, manufacturing), modernization, reconstruction, repair of channels and other non-current assets used for the purposes specified in this paragraph; carrying out of measuring, trenching, dredging and dredging works in inland waterways belonging to the navigable category</td></tr>
<tr><td>sanitary dues</td><td>- repair, modernization and construction of fixed assets
- maintenance, maintenance and repair of sewage treatment facilities of the port or for the direct delivery of polluting substances to the processing facilities;</td></tr>
<tr><td>beacon dues</td><td>- Acquisition, modernization, reconstruction and construction of lighthouses on inland waterways;
- for the maintenance, maintenance and repair of lighthouses</td><td></td></tr>
</table>

Source: Order of the Ministry of Infrastructure of Ukraine "Procedure of the Accounting and Use of Funds from Port dues" [13]

The cost of acquiring, manufacturing, rebuilding, modernizing and building non-current assets, which can not be fully attributed to one type of port dues, is distributed among several types of port dues in accordance with the accounting policies adopted by the enterprise.

According to Art. 22 of the Law of Ukraine "The Sea Ports of Ukraine", port dues are paid to the Administration of the Sea Ports of Ukraine, except for the following dues [12]:

- quay dues are collected in favor of the owner of the berth, and if the berth is in use – in favor of the user;
- channel dues are collected in favor of the owner of the channel;
- the ship's dues are collected in favor of the user of the port water area, as well as the owner of the operational water area of the berth (berths) constructed before the entry into force of the Law of Ukraine "On Sea Ports of Ukraine";
- lighthouse tax collection is in favor of a state institution that organizes and performs navigational and hydrographic navigation services.

Analysis of the structure of net income of the Administration of the Sea Ports of Ukraine [14] shows that the largest share belongs to the article "port dues" and is about 70 % (Table 2).

Table 2

The structure of net income of the Administration of the Sea Ports of Ukraine

The article of income	2014		2015		2016		2017	
	thousand UAH	%	thousand UAH	%	thousand UAH	%	thousand UAH	%
Port dues	2 706 684	67,6	4 918 959	72,2	4 946 145	67,8	5 312 526	68,5
Pilotage services	413 266	10,3	673 173	9,9	734 877	10,1	779 870	10,0
Services of regulating the ships movement	149 577	3,7	237 403	3,5	248 352	3,4	263 519	3,4
Services for providing port operator access to the berth	-	0,0	-	0,0	757 378	10,4	765 064	9,9
Ensuring icebreaking works	21 497	0,5	25 985	0,4	19 666	0,3	62 769	0,8
Income from using berths for bulk cargo handling	130 078	3,3	183 338	2,7	54 186	0,7	49 694	0,6
Services of divisions	310 703	7,8	436 898	6,4	478 362	6,6	441 783	5,7
Fleet services	50 184	1,3	64 263	0,9	58 638	0,8	85 610	1,1
Total net income	4 002 291	100,0	6 810 663	100,0	7 297 604	100,0	7 760 835	100,0

Source: the analysis perfomed by author on the basis of [14]

Table 3

Analysis of the dynamics of indicators

The indicators	Year	Year	Dynamic Indicators		Year	Dynamic Indicators	
	2014	2015	growth rate, %	rate of increase, %	2016	growth rate, %	rate of increase, %
Cargo turnover, million tons	142,79	144,65	101,30	1,30	131,99	91,25	-8,75
Volume of turnover from which income was received (million tons)	128,59	127,09	98,83	-1,17	128,03	100,74	0,74
Exchange rate (USD)	11,90	21,70	182,35	82,35	24,10	111,06	11,06
Income received in foreign currency (USD million)	276,88	273,38	98,74	-1,26	273,57	100,07	0,07
Average income rate (USD million / million tons)	2,15	2,15	99,91	-0,09	2,14	99,33	-0,67
Income received in the national currency (UAH million)	3294,87	5932,43	180,05	80,05	6593,04	111,14	11,14
Port dues (UAH million)	2706,68	4918,96	181,73	81,73	4946,15	100,55	0,55

Source: the analysis performed by author on the base of [14]

On the base of the analyses of the dynamics of cargo turnover and income from port dues the following conclusions can be made. The volume of cargo turnover from which income was received decreased by 1.17 % in 2015 compared to 2014 which resulted in a decrease in income received in foreign currency (USD million) by 1.26 %. In 2016 compared to 2015 the volume of cargo turnover from which

income was received increased by 0.74 %, therefore income received in foreign currency (USD million) increased by 0.07 %. But due to the significant fluctuation of the exchange rate, the income received in the national currency (UAH million) in 2015 compared with 2014 increased by 80.05 %, and in 2016, compared with 2015, increased by 11.14 %. Income from port dues in the national currency in 2015 compared with 2014 increased by 81.73 %, and in 2016, compared to 2015, is increased by 0.55 %. This study shows the interconnection and interdependence between cargo turnover and port dues.

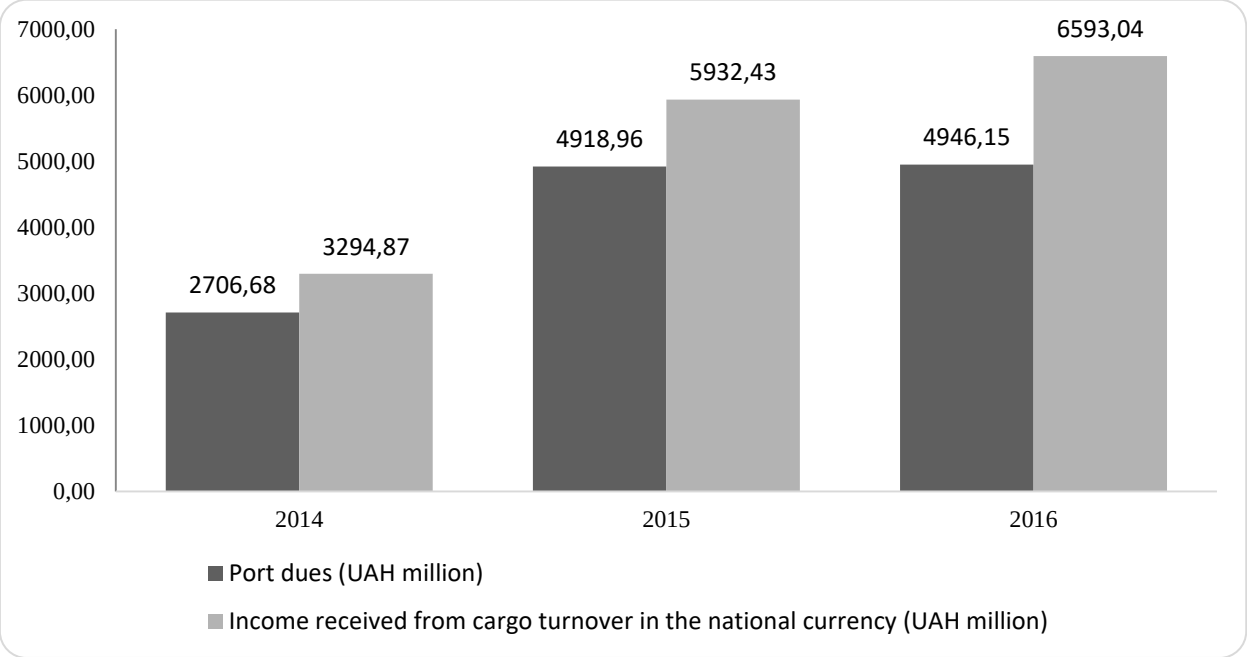

Fig. 2. The dynamics of indicators of income from port dues and cargo turnover in national currency
Source: the analysis performed by author on the base of [14]

Ukraine has one of the highest rates of port dues. According to the project International Seaborne Market, the rates of the port dues in Ukraine are 2-3 times higher than similar dues in other ports of the world [2].

The Strategy of the Development of Seaports of Ukraine for the period up to 2038, approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine [15] identified the implementation of competitive tariff policy as one of the main conditions for the development of the port industry.

The preparation of the port dues reform started immediately after the adoption of the Law " The Sea Ports of Ukraine". The draft of the Methodology of calculating of the port dues rates is based on the concept of "cost +". According to the clause 3.2. of the Methodology the calculation of port dues is based on three main components: the coverage of operating costs, aimed to maintaine and service the infrastructure facilities; funds for recreating of the port infrastructure; profit (investment) component is for further development of the port infrastructure [16].

Consequently, the port dues rate is the sum of two components: basic and investment. Basic is the current infrastructure maintenance cost. The investment component is the development costs that are included in the calculation of a specific port fee based on the investment program of a separate seaport.

According to V.Popov, the development of the Methodology should take into account the peculiarities of the formation of the port dues rates taken abroad. In international practice, the basis of calculating the port dues rates is the cost of services and a certain profit on the development of production. Formulas for the port dues rates calculation should take into account the individual features and the conditions of collecting each kind of port dues. The cost of services of each kind of port dues (excluding administrative port dues) is determined on the base of the size of the corresponding economically justified port costs for maintaining the port infrastructure and gross tonnage of vessels (GT), which takes into account the conditions for charging each kind of port dues. Therefore, the base for reducing the high level of port dues in domestic seaports can

be a significant increase in the volumes of transshipment of cargoes and related ship turnover, which, unfortunately, can not be achieved at present [2].

The Administration of the Sea Ports of Ukraine is a profitable enterprise and one of the largest taxpayers in the state. In addition, the Administration of the Sea Ports of Ukraine, like other state-owned enterprises, pays the state a "dividend" - part of the profit, which was 75 % in 2017, and 50 % since 2018. However, the Ministry of Finance plans to increase the rate of deduction of the Administration's of the Sea Ports of Ukraine net income to the state budget from 50 % to 90 % [17].

In European countries port infrastructure development is funded through trust funds, with the support of the government. From 2000 till 2013, the investments to the transport infrastructure of the European Union amounted 6.8 billion euros. And for the period 2014-2020, the European Commission plans to invest to the transport projects 6.7 billion euros. Also, port dues are not the subject to taxation in Europe. They are not considered as a way of the budget replenishment, they are the source of funds for the development of the seaport infrastructure that is necessary for the national economy and foreign trade [18].

As noted above, the income of the Administration of the Sea Ports of Ukraine consists of the port dues by 70 %. In this context arises the question whether the transfer of part of the profit of the Administration of the Sea Ports of Ukraine to the state budget corresponds to the principle of the targeted use of port dues. There is a risk that the investment component of the port dues becomes only the source of state budget filling instead of the development of permanent structures of the maritime transport system. In such situation the state investments are needed for the development of the port infrastructure, but because of a significant deficit of the state budget there is the low probability of such investments. The role of port dues as a source of maintenance and development of permanent structures of the maritime transport system is schematically demonstrated on the Fig. 3.

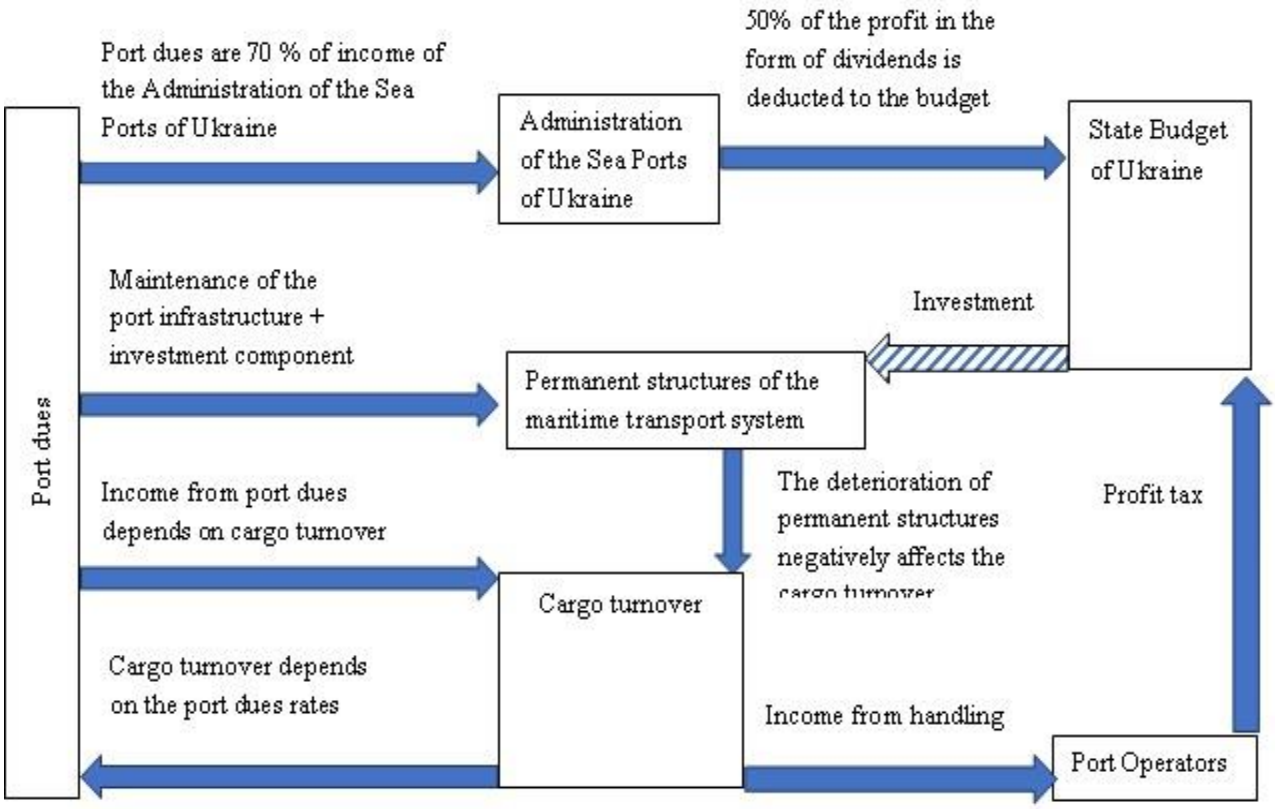

Fig. 3. The role of the port dues as a source of maintenance and development of permanent structures of the maritime transport system

Source: the classification is systematized by author

Thus, the own funds of the Administration of the Sea Ports of Ukraine are not enough to maintain and develop permanent structures. But even in those cases when the Administration of the Sea Ports of Ukraine is ready to finance the maintenance and modernization of the port infrastructure, practically the implementation of projects is accompanied by a number of difficulties, because the spending of state-owned enterprises is possible only on the basis of financial plans. The financial plans of the large state-owned enterprises are agreed by the Ministry of Finance, the Ministry of Economy, the Ministry of Infrastructure and are approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine [19].

Consequently, there are the main recommendations and proposals for the formation and collection of port dues as the main source of maintenance and development of permanent structures of the maritime transport system.

One of the most important steps is the formation of a legislative framework, revision and approval of the Methodology of calculating of the port dues rates. Over the years, international experts from the World Bank, International Finance Corporation, European Business Association etc. have been involved in the process of Methodology development, but none of the projects has been approved by the Ministry of Infrastructure. I consider it is necessary to involve the experts in maritime transport and scholars of profile institutions to the preparation of the Methodology draft in regard of port pricing.

The port dues level should be economically feasible. The port dues rate should be based on the actual cost of operating the port infrastructure concerned. This requires an analysis of the economic indicators of the production activities of seaports, analysis of the cost of port services and works. It is expedient to keep the accounting of income received by the Administration of the Sea Ports of Ukraine for each kind of the port dues and their corresponding expenses.

Such accounting has become widespread in foreign ports due to the creation of "spending" or "cost" centers for each type of work, operations and services. The introduction of such an account in domestic seaports will allow to automatize all economic indicators calculations for each kind of the port dues in term of assessing the effectiveness of providing the services by the port [2].

In the process of forming port dues rates it is important to take into account the principle of obtaining of reasonable profit taking into account the investment component, the size of which should be sufficient for the development of port infrastructure. In foreign ports, as a rule, the basic level of tariffs is not more than 10 % of the rate of profit [5, p. 244].

The port attractiveness for shipowners is determined not so much by the port dues rates but by the flexibility of the system of their collection. Therefore, the Methodology should provide different types of discounts and privileges to the vessels, depending on the purpose of the ship call to the port, the line service of the ships, the degree of their loading, the number of ship calls to the port, the type of the voyage and other factors. To encourage cruise shipping, it is proposed to set discounts to the passenger ships for certain types of port dues during a high tourist season. For the development of coastal shipping it is necessary to establish a stimulus coefficient to the port dues rates [5, p. 245].

It is important to achieve the target use of port dues, as it is prescribed by the Law of Ukraine "The Sea Ports of Ukraine".

Taking into account the level of permanent structures deterioration, the state investments are necessary, as it is impossible to upgrade port infrastructure only on the base of the port dues. Implementation of investment projects for the development of port infrastructure will increase the volume of transshipment, cargo turnover and will strengthen the competitiveness of the national transport system as a whole.

Conclusions and perspectives of further research. On the basis of this research, proposals were made to improve the system of the port dues formation and collection in order to develop permanent structures of the maritime transport system: formation of a legislative framework; involvement of the specialists in maritime transport in the field of port pricing and scholars of profile institutions to the process of the Methodology of calculating of the port dues rates development; to ensure the economic effectiveness of the port dues; to provide port dues development according to the principle of obtaining of reasonable profit; to ensure the flexibility of the port dues system; to provide the target use of port dues; to ensure the state investment to the port infrastructure development. The practical implementation of the proposed directions will make the ports of Ukraine more competitive. Further research requires an economic justification for each type of port dues.

ЛІТЕРАТУРА

1. Онешко С.В., Кравченко Ю.В. Напрямки удосконалення системи формування портових зборів в портах України // «Молодий вчений». 2018. № 4 (56). с. 824-830.
2. Портовые сборы: гибкость важнее размера. [Електронний ресурс]. URL : https://ports.com.ua/articles/portovye-sbory-gibkost-vazhnee-razmera.
3. Власова В.П., Берегова Т.О., Підгрушна А.В. Портові збори в морських портах України / Глобальні та національні проблеми економіки, Електронне наукове видання. 2014. Вип. 2. с. 431-435.
4. Ківалов С.В. Портові збори в Україні: пошук оптимальної моделі конкурентної тарифної політики // LEX PORTUS. 2017. № 1(3). с. 5-21.
5. Жихарева В.В. Методологічні підходи до формування портових зборів в морських портах / Вісник економіки, транспорту та промисловості. 2016. № 54. с. 241-247.
6. Юдина Н.И. Портовые сборы: природа, функции, схемы взимания // Российское предпринимательство. 2014. Том 15. № 7. С. 101-112.
7. Портовые сборы: что? Где? Когда? [Електронний ресурс]. URL : https://logist.fm/publications/portovye-sbory-chto-gde-kogda.
8. Бодровцева Н.Ю. Экономическая сущность портовых сборов как объекта государственного регулирования / Transport business in Russia. 2017. № 4. с. 18-22.
9. Basic Port Tariffs / Port Constanta: [Електронний ресурс]. URL : http://www.portofconstantza.com/apmc/portal/static.do?package_id=tarife _apmc_baza&x=load.
10. Не входить - дорого: почему в украинских портах самый дорогой судозаход в мире / Центр транспортних стратегій. [Електронний ресурс]. URL : https://cfts.org.ua/articles/ne_vkhodit__dorogo_pochemu_v_ukrainskikh_portakh_samyy_dorogoy_sudozakhod_v_mire_1006.
11. Михайлова В. Трансшипмент как зеркало транспортных проблем // Порты Украины. 2010. № 08 (100). с. 36-39.
12. Про морські порти України : Закон від 17.05.2012 № 4709-VI (зі змінами). Відомості Верховної Ради України. 2013. № 7, стор. 407, ст. 65. URL : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4709-17.
13. Порядок обліку та використання коштів від портових зборів : Наказ Міністерства інфраструктури України від 27.05.2013 № 316. Урядовий кур'єр. 2017. № 107.
14. Пояснювальна записка до фінансового плану ДП «Адміністрація морських портів України» [Електронний ресурс]. URL : https://mtu.gov.ua/news/28897.html
15. Стратегія розвитку морських портів України на період до 2038 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11.07.2013 р. № 48-р. Офіційний вісник України. 2013. № 61. Ст. 2194.
16. Проект наказу Міністерства інфраструктури України «Про затвердження Методики розрахунку розмірів ставок портових зборів» [Електронний ресурс]. URL : https://mtu.gov.ua/projects/view.php?P=175
17. Минфин может повысить норму отчисления прибыли АМПУ до 90 % [Електронний ресурс]. URL : https://ports.com.ua/news/minfin-mozhet-povysit-normu-otchisleniya-pribyli-ampu-do-90
18. Реформирование системы портовых сборов: доклад АМПУ [Електронний ресурс]. – URL : https://ports.com.ua/articles/reformirovanie-sistemy-portovykh-sborov-doklad-ampu
19. Инвестиции в развитие портов: есть ли свет в конце тоннеля? [Електронний ресурс]. – URL : https://ports.com.ua/opinions/investitsii-v-razvitie-portov-est-li-svet-v-kontse-tonnelya

REFERENCES

1. Oneshko S.V., Kravchenko Yu.V. (2018) Napryamky` udoskonalennya sy`stemy` formuvannya portovy`x zboriv v portax Ukrayiny` [The ways of improvement of the system of formation of port dues in the ports of Ukraine] Molody`j vcheny`j – Young scientist, 4 (56), 824-830 [in Ukrainian].

2. Portovye sbory: gibkost' vazhnee razmera [Port dues: flexibility is more important than size.]. Retrieved from: https://ports.com.ua/articles/portovye-sbory-gibkost-vazhnee-razmera [in Russian].

3. Vlasova V.P., Beregova T.O., Pidgrushna A.V. (2014) Portovi zbory` v mors`ky`x portax Ukrayiny` [Port charges in seaports of Ukraine] Global`ni ta nacional`ni problemy` ekonomiky` – Global and national problems of the economy, 2, 431-435 [in Ukrainian].

4. Kivalov S.V. (2017) Portovi zbory` v Ukrayini: poshuk opty`mal`noyi modeli konkurentnoyi tary`fnoyi polity`ky [Port dues in Ukraine: search for an optimal model of competitive tariff policy] LEX PORTUS, 1(3), 5-21 [in Ukrainian].

5. Zhy`xareva V.V. (2016) Metodologichni pidxody` do formuvannya portovy`x zboriv v mors`ky`x portax [Methodological approaches to the formation of port dues in the seaports]. Visny`k ekonomiky`, transportu ta promy`slovosti - Journal of Economics, Transport and Industry, 54, 241-247 [in Ukrainian].

6. Judina N.I. (2014) Portovye sbory: priroda, funkcii, shemy vzimanija [Port dues: nature, functions, charging schemes]. Rossijskoe predprinimatel'stvo – Russian business., 15, 7, 101-112 [in Russian].

7. Portovye sbory: chto? Gde? Kogda? [Port dues: what? Where? When?] Retrieved from: https://logist.fm/publications/portovye-sbory-chto-gde-kogda [in Russian].

8. Bodrovceva N.Ju. (2017) Jekonomicheskaja sushhnost' portovyh sborov kak ob`ekta gosudarstvennogo regulirovanija [The economic essence of port dues as an object of state regulation] Transport business in Russia, 4, 18-22 [in Russian].

9. Basic Port Tariffs / Port Constanta: Retrieved from: http://www.portofconstantza.com/apmc/portal/static.do?package_id=tarife _apmc_baza&x=load [in English]

10. Ne vhodit' - dorogo: pochemu v ukrainskih portah samyj dorogoj sudozahod v mire [Do not enter - it is expensive: why is the call to the Ukrainian ports the most expensive in the world] Centr transportnih strategij - Center of Transport Strategies. Retrieved from: https://cfts.org.ua/articles/ne_vkhodit__dorogo_pochemu_v_ukrainskikh_portakh_samyy_dorogoy_sudozakhod_v_mire_1006 [in Russian].

11. Mihajlova V. (2010) Transshipment kak zerkalo transportnyh problem [Transshipment as a mirror of transport problems] Porty Ukrainy – Ports of Ukraine, 08 (100), 36-39 [in Russian].

12. Zakon Ukrayiny` "Pro mors`ki porty`" [The Law of Ukraine " The seaports of Ukraine "] Verxovna Rada Ukrayiny` 17.05.2012 № 4709-VI Retrieved from: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4709-17 [in Ukrainian].

13. Nakaz Ministerstva infrastruktury` Ukrayiny` «Poryadku obliku ta vy`kory`stannya koshtiv vid portovy`x zboriv» [Order of the Ministry of Infrastructure of Ukraine "Procedure of the Accounting and Use of Funds from Port dues"] 27.05.2013, 316 [in Ukrainian].

14. Poyasnyuval`na zapy`ska do finansovogo planu DP «Administraciya mors`ky`x portiv Ukrayiny`» [Explanatory note to the financial plan of the "Administration of the Seaports of Ukraine"] Retrieved from: https://mtu.gov.ua/news/28897.html [in Ukrainian].

15. Strategiya rozvy`tku mors`ky`x portiv Ukrayiny` na period do 2038 roku, zatverdzhena rozporyadzhennyam Kabinetu Ministriv Ukrayiny` [Strategy of development of seaports of Ukraine for the period up to 2038, approved by the order of the Cabinet of Ministers of Ukraine] 11.07.2013, 548-r, Oficijny`j visny`k Ukrayiny` – Official bulletin of Ukraine. 2013, 61. St. 2194 [in Ukrainian].

16. Proekt nakazu Ministerstva infrastruktury` Ukrayiny` «Pro zatverdzhennya Metody`ky` rozraxunku rozmiriv stavok portovy`x zboriv» [Draft order of the Ministry of Infrastructure of Ukraine "On Approval of the Methodology of calculating of the port dues rates"] Retrieved from: https://mtu.gov.ua/projects/view.php?P=175 [in Ukrainian].

17. Minfin mozhet povysit' normu otchislenija pribyli AMPU do 90 % [The Ministry of Finance can increase the rate of profit allotment of AMPU to 90%] Retrieved from: https://ports.com.ua/news/minfin-mozhet-povysit-normu-otchisleniya-pribyli-ampu-do-90 [in Russian].

18. Reformirovanie sistemy portovyh sborov: doklad AMPU [Reforming the port dues system: report of the AMPU] Retrieved from: https://ports.com.ua/articles/reformirovanie-sistemy-portovykh-sborov-doklad-ampu [in Russian].

19. Investicii v razvitie portov: est' li svet v konce tonnelja? [Investments in the port development: is there light at the end of the tunnel?] Retrieved from: https://ports.com.ua/opinions/investitsii-v-razvitie-portov-est-li-svet-v-kontse-tonnelya [in Russian].

20. Reformirovanie sistemy portovyh sborov: doklad AMPU [Reforming the port dues system: report of the AMPU] Retrieved from: https://ports.com.ua/articles/reformirovanie-sistemy-portovykh-sborov-doklad-ampu [in Russian].

21. Investicii v razvitie portov: est' li svet v konce tonnelja? [Investments in the port development: is there light at the end of the tunnel?] Retrieved from: https://ports.com.ua/opinions/investitsii-v-razvitie-portov-est-li-svet-v-kontse-tonnelya [in Russian].

22. Zhy`xareva V.V. (2016) Metodologichni pidxody` do formuvannya portovy`x zboriv v mors`ky`x portax [Methodological approaches to the formation of port dues in the seaports]. Visny`k ekonomiky`, transportu ta promy`slovosti – Journal of Economics, Transport and Industry, 54, 241-247 [in Ukrainian].

УДК: 330.112:658.5
JEL M31

ROBUL Y. V.,
PhD. Phys.-Math. Sciences, Assoc.professor,
Odesa National University by I.I. Mechnikov,
24/26 Frantsuzkyy Blvd., Odesa, 65058, Ukraine
E-mail: yrobul@onu.edu.com
ORCID: 0000-0002-7299-9648

HRINCHENKO Y. L.,
PhD. Econ. Sciences, Assoc.professor,
Odesa National University by I.I. Mechnikov,
24/26 Frantsuzkyy Blvd., Odesa, 65058, Ukraine
E-mail: grinchenko_yuriy@ukr.net
ORCID: 0000-0002-9439-5933

ZALUBINSKA L.M.,
PhD. Phys. Sciences, Assoc. professor,
Chair of marketing and business administration
Odesa National University by I.I. Mechnikov,
Frantsuzkyi boulevard, 24/26, Odesa, Ukraine, 65044
E-mail: lnz@ukr.net
ORCID: 0000-0002-1866-0125

SOCIAL MEDIA MARKETING INFLUENCE ON BRAND EQUITY AND IMPACT ON INTENTION TO BUY IN FASHION MARKETING

Topicality. *Social media and web technologies allow customers to interact and communicate. Companies use social networks to promote their brand information. with the use of technologies Web 2.0 and later companies radically changed marketing processes and switched from interacting with groups of anonymous consumers to targeted interaction with specific consumers, for which it is possible to collect data about advantages, preferences, other purchases, interests and circles of communication. Big brands tend to connect with their customers through social media channels. Social networking sites such as Facebook, Twitter and MySpace, etc., have a significant impact on the lives of customers and their consumer and information experiences. Social media has a direct impact on how people communicate, exchange information, maintain their profiles, and establish relationships with others. Fashion industry is an important and growing element of modern consumer markets. As competition among fashion brands becomes more intense, offering many alternatives to customers, brand prosperity no longer seems to be guaranteed. The importance of managing clients as valuable assets of brands is no longer underlined. In this regard, it is of interest to explore the use of social media marketing tools (SMM) by fashion industry companies.*

Aim and tasks. *The purpose of the article is to describe the peculiarities of using SMM tools industry companies to implement marketing policies by creating and developing brand capital and intent to purchase.*

Research results. *The conceptual principles and purposes of using marketing of social networks for companies of the fashion industry are considered. On the basis of the analysis, it was established that, firstly, SMM activities of fashion brands include five elements; entertainment, interaction, tendency, adjustment and publicity (word of mouth). SMM branding, relies on and promotes values that are different from those of traditional marketing. Second, SMM's customer-perceived activity is important for all brand capital drivers. Since these measures for trendy brands are valid for all engines, they are quite effective. As an integrated marketing environment, SMM's activity effectively increases value capital by providing customers with a new value that is traditionally not available on ordinary media channels. The platforms of social media brands provide customers with the opportunity to establish sincere and friendly links with the brand and other users, so the brand's on-the-go social communications have had a positive impact on equity and equity of the brand.*

Conclusions. *In comparing the influence of three customer equity drivers on purchase intention, value equity, and brand equity, this study found significant positive impacts. The findings of this study not only draw attention to the definition of brand equity capital but also point to opportunities and difficulties in determining future customer behavior. The conceptual foundations, mechanisms, tools and practice of applying SMM are the subject and prospects for further research in this direction.*

Keywords: *SMM, fashion industry, brand equity, purchase intention.*

РОБУЛ Ю. В.,
Канд. фіз.-мат. наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування.
Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, Україна, 65058
E-mail: yrobul@onu.edu.com
ORCID: 0000-0002-7299-9648

ГРІНЧЕНКО Ю. Л.,
Канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування.
Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, Україна, 65058
E-mail: grinchenko_yuriy@ukr.net
ORCID: 0000-0002-9439-5933

ЗАЛЮБІНСЬКА Л.М.,
Канд. ф-м. наук, доцент,
кафедра маркетингу та бізнес-адміністрування.
Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова,
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: lnz@ukr.net
ORCID: 0000-0002-1866-0125

ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ НА КАПІТАЛ БРЕНДУ ТА КУПІВЕЛЬНИЙ НАМІР У МАРКЕТИНГУ МОДНИХ ТОВАРІВ

Актуальність. *Соціальні медіа та веб-технології дозволяють клієнтам взаємодіяти та спілкуватися. Компанії використовують соціальні мережі для просування інформації про свої бренди. з використанням технологій Веб 2.0 та більш пізніх компанії докорінно змінили маркетингові процеси та перейшли від взаємодії з групами анонімних споживачів до адресної взаємодії з конкретними споживачами, щодо яких є можливість зібрати дані щодо переваг, вподобань, інших покупок, зацікавлень та кола спілкування. Великі бренди прагнуть з'єднатися зі своїми клієнтами за допомогою каналів соціальних медіа. Інтернет-сайти соціальних мереж, такі як Facebook, Twitter і MySpace тощо, мають значний вплив на життя клієнтів та формування їх споживчого та інформаційного досвіду. Соціальні медіа мають безпосередній вплив на те, як користувачі спілкуються, обмінюються інформацією, підтримують свої профілі та встановлюють зв'язки з іншими. Індустрія моди є важливим і зростаючим елементом сучасних споживчих ринків. Оскільки конкуренція серед модних брендів стає все більш інтенсивним, надаючи безліч альтернатив клієнтам, процвітання брендів більше не здається гарантованим. Важливість управління клієнтами як цінних активів брендів більше не підкреслюється. У зв'язку з цим становить інтерес дослідити застосування інструментів маркетингу соціальних мереж (SMM) компаніями індустрії моди.*

Мета та завдання. *Метою статті є опис особливостей використання компаніями індустрії моди інструментів SMM для реалізації маркетингової політки шляхом створення та розвитку капіталу бренду та наміру покупки.*

Результати. *Розглянуто концептуальні засади, принципи та цілі використання маркетингу соціальних мереж) компаніями індустрії моди. На основі проведеного аналізу встановлено, що, по-перше, SMM діяльність модних брендів включає п'ять елементів; розваги, взаємодія, тенденція, налаштування та розголос (з вуст в уста). SMM діяльність брендів, спирається та просуває цінності, відмінні у порівнянні з практикою традиційного маркетингу. По-друге, SMM діяльність, що сприймається клієнтами, є важливою для всіх драйверів капіталу бренду. Оскільки ці заходи для модних брендів діють відносно всіх рушіїв, вони є досить ефективними. Як інтегроване середовище маркетингу, діяльність SMM ефективно підвищує ціннісний капітал, надаючи клієнтам нову цінність, яку традиційно не надають у звичайних медійних каналах. Платформи соціальних медіа брендів надають клієнтам можливість встановлювати щирі та дружні зв'язки з брендом та іншими користувачами, тому намічені дії бренду на сцені соціальної комунікації позитивно вплинули на справедливість відносин та акціонерний капітал бренду.*

Висновки. *Порівнюючи вплив трьох драйверів акцій клієнтів на наміри на купівлю, вартість капіталу та капітал бренду, це дослідження виявило значний позитивний вплив SMM на формування капіталу бренд та намірів до покупки. Висновки цього дослідження не тільки привертають увагу до визначення рушіїв капіталу бренду, але також вказують на можливості та труднощі у визначенні майбутньої поведінки клієнтів. Концептуальні засади, механізми, інструменти та практика застоування SMM становлять предмет і перспективи для подальших наукових досліджень в даному напрямку.*

Ключові слова: *SMM, індустрія моди, капітал бренду, купівельний намір*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. Social media and web technologies facilitate customers to interact and communicate. Companies are now using social networks to promote information about their brands. Big brands seek to connect with their customers by using social media channels. Online social networking sites such as Facebook, Twitter and MySpace etc. have a significant impact on customer's life. This social media has a direct impact on how the users communicate, share information, maintain their profiles and establish links with their friends.

Social networking at a highest level described as the occurrence of technologies that make it possible for individuals to easily communicate with each other, share their information, and form communities online. But the big question today is not what social marketing is, but rather what it means and how it is beneficial for businesses and for the consumers. While social marketing began as the province of individuals, businesses are now trying to capitalize on this trend as they search for specific strategies and tactics to drive value from it. Gartner research shows a larger increase in investment in social networking by businesses.

As social networking sites continue to grow, firms no longer solely rely on traditional mediums to enforce public perception of their product. Organization uses social networking information to help to identify their most influential consumers, drive participants in product development and improve brand sentiment.

Customers are the heart of any business and social media marketing provide an opportunity for businesses to build mutually beneficial and candid relationship with those customers. However, for organizations to realize tangible business benefits, they need to better plan, manage and measure and update their social media marketing efforts. This is where customer relationship management intersects with social media marketing. People spend most of time on social networks in gossiping, playing games and chatting with friends. In busy urbanism life, they don't have time to meet.

Social media websites such as Facebook, Twitter, YouTube provide consumers with tremendous opportunities to share and disseminate brand related content and product usage information around the world. Now a day's consumers are more informative and interested to search product features online before making any purchase. Therefore, Social media marketing is playing a crucial role in providing information to people and building their preferences and choice of purchase. The fact that 61% survey respondents were more likely to make a purchase after watching attractive social media campaign, and therefore social media marketing actually plays a long term role in purchase intention.

Analysis of recent publications on the problem. Success of these online social networking sites and growing trends has allowed the organizations to penetrate in this new domain for marketing their brands. Social media provide companies to market their product and services by using different tools for promotion. In this competitive era, brands are fighting for space in the minds of the customers. Brands today are not relying only on traditional social media. Social media marketing now is just like a fad. With the use of sites like Facebook, Orkut, LinkedIn, twitter, YouTube attracts more than 5 million users every day. Companies use social media to interact with customers to enhance relationships with them. Social media and networks have provided an opportunity to organizations to enhance relationships between customers and themselves. With the increasing use of SM as a means of marketing for garment brands, we have conducted the research to analyse the effect of social media marketing.

Social media marketing. The marketing landscape has significantly changed in the last decade. Before it, companies and their customers had no direct link to each other's respective worlds. The emergence of Social Media has altered the way consumers interact with each other but also with companies. Consumers, through their growing use of Social Media and by using word-of-mouth, have now a powerful and even greater influence on peers. Social Media platforms and tools allow users to share contents, recommend products and tell about their positive and negative consumer's involvement with companies.

Research says that Social Media has a significant impact on consumer's purchase decision making process. New form of media has arisen, which due to its social features seems to have a great power of

influence on consumer's purchasing decision making process. Today more and more customers use Social Media to communicate with each other but also with brands. Word of mouth plays a central role on Social Media that has an effect on the customer purchase decision. Social Media offers more possibilities for the marketers to engage and interact with customers than traditional marketing. Research suggested that the virtual communities are becoming important networks of consumer's knowledge that influence consumer behaviour.

Virtual social networks have offered new channels for branding. The main advantage of online social networks is the possibility for marketers to choose among different options for presenting the brand to specific customers. Marketers can gain competitive advantage, surge their sales and build profitable relationship with customers by the effective use of the social media marketing. The main aim is to know about customers' needs and to estimate the brand potential to achieve a sustainable competitive advantage (SCA) in time and to defend against competition in social media networking. There is a significant relationship between networks and brand attitude and also among the brand attitude with the brand purchase and recommendation.

Many organizations are proactively using social media as a vehicle to reach millions of prospective and repeat customers. Businesses in many service industries engage in constant communication with guests are drastically using this new age interactive media channels for marketing and public relations. Gaurav discuss the changes from a consumer's perspective with respect to the various channels of social media that impacted their purchasing decisions and brand loyalty.

Boom of internet and technology has encouraged people to interconnect with each other, share their information and build relationships and social web has presented a new form of communication through social media which allow people to interact and communicate with each other. Social media presents marketers with the opportunity to affect consumers purchase decision through online marketing and social media, this social engagement by consumers has significant impact on marketing activities as marketers need to be aware of the factors affecting the customer's purchase decision.

Social Customer Relationship Management is all about the customers, demands a customer's focus and relationship with them. Social media has become an undeniable influence on customer care. Social communities engage customers and have far-reaching effects on customer loyalty. Barry et al stated that customers who engage with companies on social media are more loyal and spend 40% more with those companies than the other customers.

Social media platforms allow customers to form a sort of tribal community around a product or brand consumers. For many businesses social media is their largest web presence, overtaking their company websites and email programs. Thus, social media has mutated how businesses interact and communicate with their customers as well as how they establish and implement their customer relationship policies. Social media channels represent a huge opportunity for marketers in terms of word of mouth feedback or recommendations.

Customer relationship management. SMM positively influence customer relationship management and purchase intention. researchers explained that every activity use by Social Media, (i.e. creating customer relationship management through by providing customized services and free entertainment contents and getting genuine information on personal interest of the respondents) enhance the customer relationship management and purchase intention [1].

Social networks are important tools for communication with customers. For effective Social network and CRM implementation, three variables are most important i.e. customer interaction, customer engagement and level of trust. Effective social network and CRM implementation strategies ensure high level of customer commitment to service organization and it in turn affect customer purchase intention [2].

Enhancement of customer relationships between customers and organization greatly relied on how organization managed their social network site with their customers. This has a positive impact on customer's motivation to purchase online and also to generate positive words of mouth. Positive WOM in turn satisfy the prospects [3]

Customer relationship management is a way to get closer and engage with customer in a relevant and timely manner. Social media can deliver financial benefits to companies no matter what sector they are operating in, and the benefits are centred on increasing customer insight and engagement to increase the business's performance. Attracting and retaining customers and growing relationship with customers are always the top priorities of the business. Social media marketing has a potential to assist companies build

and manage relationships with their customers. Companies who understand these trends can improve their competitive position in the marketplace as compared to those who do not adopt rapid changes and to respond to these changes will lose customers and fall behind in the marketplace.

Customer relationship management is one of the important applications for e-business. Customer profile and customer participation are two important factors influencing customer relationship management performance. By the use of customer profile customer perception of the quality of goods improves and increases the effectiveness of the customer relationship management. Customer participation improves the customer's perception of goods and their quality, and enhances performance of customer relationship management through perceived participation. Their results indicate that the customer profile and participation are two crucial factors for companies to maintain good relations with customers. Relationships such as trust in brand and quality, may serve as the crucial element in consumer purchase decision making when purchasing products online.

Relationship can also serve as risk reducers for online shoppers. With increasing recognition of customer relationship for business success, customer relationship marketing started to gain popularity. Internet is playing very major role as a social media channel. Acquisition and retention are basically two stages for building customer relationship with the company. In acquisition stage customer are attracted to visit a website and make initial purchase and the retention stage begins when customers who had satisfactory experiences on website return and establish a long-term relationship.

By using electronic customer relationship management, a company can improves its customer's loyalty and retention through the enhancement of customer satisfaction. Today's customers are more knowledgeable, more demanding, and require more attention. The firm increases their focus on customer and hence raising the importance of customer relationship management. A new concept is born e-CRM by the rapid growth of electronic business and proliferation of internet-based services.

Brand equity. Social media impacts brand equity in four major ways.

1) Social media has opened a new way of direct communication between brand and audience.

2) Social media increases brand presence and awareness, hence influence the routine lives of the customers.

3) Social media accelerates customer's involvement in promoting brand indirectly with its numerous contents sharing functionalities.

4) Social media helps the brand in building relationships with its audience [4].

Over the last decade social media has persistent to experience exponential growth. Social media has effect on brand engagement and behavioural outcomes for brands. Social media affects positively the behavioural outcomes of brands. These outcomes are brand awareness, WOM, purchase intention and satisfaction. Brand engagement and brand motivation mediates the relationship between social media and behavioural outcomes of brands. Companies now use social media to build relationships and to directly communicate with their audience. Social media is providing information to more consumers as previously unavailable to them.

Brand engagement on Facebook provides a significant new opportunity to the marketers it is a tool used by the brands to directly communicate and interact with their customers. The focus of this communication and interaction is on development of brand equity. Brands use social media (Facebook) for 3 main objectives.

1) to promote events and visitation,

2) to increase sales, and

3) to build relationships and community building with customers. All these contribute towards the development of CBBE [5].

Brand equity, is a measure of popularity or success of a brand, when compared to other equivalent brands. Social media has unlocked a giant market for brands. With more than 2/3 of the internet users are connected through social networking sites i.e. Facebook, Twitter and Myspace. Tremendous potential is offered by social media and companies by this personalize their brands and enhance their brand equity. Customer's intentions to purchase are influenced by SMM. Social networking sites play a very important role in building brand equity. It was also observed that brand equity mediates the impact of CRM campaigns on customer's purchase intentions [6].

This study explored that social media has a positive influence on the brand equity dimensions. Contents generated on social media (Facebook) effect positively in two dimensions of brand equity, brand

loyalty and perceived quality. These two dimensions of brand equity are strongly related to customer's purchase intention. The findings of this research demonstrate that customers heavily rely on the opinions of friends, family and community members. Thus, WOM plays a significant role in building brand credibility and truthfulness, thus serves as a validator of brand' attractiveness.

Purchase intentions. Several studies were conducted to explore the factors that contribute to the effectiveness of online advertisements and affect consumer purchasing intention from the perspective of developing countries [7]. The rapid online technology development and diffusion makes the Internet a serious businesses asset for achieving competitive advantages.

Social media is very important tool for networking among youngsters. Unique features of social media websites like Facebook, Twitter etc. are used for to create brand awareness and WOM. There is an increasing trend among youngsters to purchase garments online form social media. Clothing companies are now using different promotional strategies to advertise their garment brands on social media websites, so as to influence the purchase intentions [8] Companies are now more eager to use social media to interact with their customers. SMM is providing direct value to the business, from social commerce to cost savings. Social networking enables rapid, viral distribution offers. Customers get attracted towards that offers and their purchase intentions increase.

The researchers also examine consumers' attitude toward the blog and the effect of blog on the purchase intention. Brands are now more visible on blogs of social media. This is an increasingly interesting way not only to improve customer's attitude but also to reach the potential buyers online. The results of their study indicate that the credibility, usefulness and the ease of use of blog generates a positive attitude towards the blog and has a positive impact on purchase intention [9]. The social media parameters such as website, online chat, email, and e-discussion have effect over the customer buying decisions. Social media describes a variety of new sources of online information that are created, initiated, circulated and used by consumers. Now the customers are more willing to educate each other about products, brands, services, personalities and issues by interaction of people to create, exchange and commenting contents in networks and virtual communities. These researchers intend to explore the impact of social media on purchase intention of mobile phone customers in Pakistan.

The researchers also study the factors that influencing student's buying intention through internet shopping in an institution of higher learning in Malaysia. Compatibility, usefulness, ease of use and security has been found to be important predictors towards attitude in online shopping. They mentioned that the key feature of e-retailing with the consumers is facilitating them with information regarding to product attributes, comparative pricing, availability and overall value added services [10].

Social media marketing is the way through which information communicated to and from people around the world. The rapid use of SMM, organizations have to change their way to respond consumer's needs and wants and changing the way they respond to their competitors [11]. SMM provide better communication opportunities for marketers to reach extensive viewers and allows for marketers to use valuable information which will helpful to building and maintaining consumer relationships. The growth of SMM and electronic word of mouth has allowed consumers to interact with each other in the virtual world and to share their perceptions and feelings towards garments brand which are available on social media sites [12]. To achieve the above cited goals, following objectives were formulated.

1. To develop a model for purchase intention based on social media marketing, customer relationship management and brand equity [13].

2. To investigate the relative impact of factors of social media marketing (Facebook), customer relationship management and brand equity on customer's purchase intentions [14].

3. To explore how social media marketing significantly affect the purchase intentions of the customers in garment brands.

Kastanakis and Balabanis [15] examine the impact of a number of psychological factors on consumers' propensity to engage in the "bandwagon" type of luxury consumption. (The bandwagon effect refers to the extent to which demand for a product increases because others are consuming the product. This tendency may be driven by the need to be associated with, and to be identified as being, fashionable or stylish. Consumers jump on the bandwagon so they won't be left behind!) Through development and empirically confirming a conceptual model of bandwagon consumption of luxury products, the authors show that a consumer's interdependent self-concept underlies bandwagon luxury consumption. The relationship between interdependent self-concept and bandwagon consumption is mediated by the level of a consumer's status-

seeking predispositions, susceptibility to normative influence, and need for uniqueness. A primary contribution of this research demonstrates that psychological constructs explain a large part of bandwagon luxury consumption and can be used as inputs in the development of marketing strategies.

Interpersonal effects on fashion consciousness and status consumption moderated by materialism in metropolitan men. Despite dramatic changes in male fashion consumption over the last two decades, consumer research has largely ignored the issue of status consumption, especially in the male market. A. Lertwannawit and R. Mandhachitara [16] study the direct and indirect effects (i.e., by way of fashion consciousness) of self-monitoring and susceptibility to interpersonal influence have on status consumption. Interesting findings of path analysis provide insights into interpersonal effects on status consumption. Materialism values moderate the relationship between self-monitoring and/or susceptibility to interpersonal influence on status consumption: for high-materialism consumers, susceptibility to interpersonal influence alone has an indirect effect on status consumption by way of fashion consciousness; for low-materialism consumers, self-monitoring is an additional antecedent of status consumption. Marketers attempting to penetrate the male metropolitan market can use these results to identify appropriate communication channels and message content for high- and low-materialism customers.

Comparing the importance of luxury value perceptions in cross-national contexts.

P. Shukla and K. Purani [17] provide empirical support to the often conceptualized but not yet tested framework of luxury value perceptions in a cross-national context. The study compares the luxury value perceptions (i.e., self-directed symbolic/expressive, other-directed symbolic/expressive, experiential/hedonic, utilitarian/functional, and cost/sacrifice) among British and Indian consumers, providing a rich comparative context between collectivist and individualistic markets. The results support the notion that several luxury value perceptions may be highly influential among all cultures and countries, but their degree of influence may differ dramatically. The findings suggest that consumers in collectivist markets use simpler selection criteria for measuring the value of a luxury brand than consumers in individualistic markets. These results can be used by luxury brand managers to develop a coherent and integrated long-term global strategy that considers country-specific requirements.

Impact of self on attitudes toward luxury brands among teens. In this research Gil and others [18] investigate how social consumption motivations affect teenagers' attitudes toward luxury brands, how teens' self-concepts can influence social consumption motivations, and whether peer pressure affects this relationship.

The authors also look at materialistic influence on teenagers' social consumption motivations and attitudes toward luxury brands. Key contributions of this research include the demonstration that materialistic orientation is a powerful force in developing more positive attitudes towards luxury brands among teenagers. Also, even though the desire for wealth and material ownership is positively associated with social incentives to consume (i.e., social consumption motivation), teenagers with clear self-beliefs have a stronger tendency to resist social motivations to consume; the clearer they are about themselves, the less they attend to external sources and stimulus. This paper segues to the next section as it fits in both the luxury status/value and the luxury consumer behaviour categories.

Megehee and Spake [19] explore the meaning of luxury brands through the use of visual narrative art created from consumer blogs. The article describes how to use creation of visual narrative art as a qualitative research tool. Mapping contexts and stories that blog entries describe reveals the nature of the brand, the blogger (i.e., the consumer of the luxury brand in the blog), and interpretations by the visual narrative artists. This study extends the consumer storytelling literature that follows from creating visual narrative art and its use for deepening understanding of consumer reports of their enactments of brand myths.

Purchase intention for luxury brands: a cross-cultural comparison. Bian and Forsythe [20] examine the effects of individual characteristics (i.e., consumers' need for uniqueness and self-monitoring) and brand-associated variables (i.e., social function attitudes toward luxury brands and affective attitude) on U.S. and Chinese consumers' purchase intention for luxury brands. (Social function attitudes, as they relate to luxury brands, involve consumers' self-expression and self-presentation to express their individuality (e.g., need for uniqueness) and exhibit their social standing (e.g., self-monitoring). Affective attitudes are a powerful predictor of behaviour because they involve consumers' feelings or emotions. In addition to the social function of self-expression and self-presentation attitudes, consumers choose luxury brands because they provide hedonic rewards and sensory fulfilment.) In this cross-cultural study, self-monitoring positively influences social function attitudes toward luxury brands. Social function attitudes toward luxury brands

positively influence consumers' purchase intention through affective attitude. Affective attitude plays an important mediating role between social function attitudes toward luxury brands and purchase intentions.

Understanding luxury consumption in China: consumer perceptions of best-known brands. Zhan and Yanqun He [21] investigate the underlying motivations for luxury consumption among Chinese middle-class consumers by testing the relationships between psychological traits (i.e., value consciousness, susceptibility to normative influence, and the need for uniqueness) and attitudes towards best-known luxury brands. Findings suggest that as consumers become more value conscious, they evaluate the best-known brands more favourably. Consumers with high susceptibility to normative influences exhibit more positive brand attitudes, suggesting that social influence is an important driver for luxury consumption. The relationship between the need for uniqueness and brand attitudes depends on consumer knowledge; as consumers learn more about different luxury brands, they evaluate the best-known brands more negatively as uniqueness-seeking becomes a more important goal. Findings offer a unique insight into consumer perceptions of luxury brands and provide managerial implications for marketers to build sustainable luxury businesses in China.

Brand and country-of-origin effect on consumers' decision to purchase luxury products. B. Godey and colleagues [22] considers the combined effects of brand and country-of-origin on consumer purchases of luxury (versus non-luxury) goods. The intercultural analysis includes data from seven countries (China, France, India, Italy, Japan, Russia, and the United States). Consumers in different countries have different perceptions of what constitutes a luxury product and use different criteria (i.e., price, guarantee, design, and/or advertising) in making purchase decisions. The impact of country-of-origin on purchase decisions appears to be weaker than the influence of brand. This paper segues from luxury consumer behaviour to luxury brand management.

Contributing clarity by examining brand luxury in the fashion market. The creation and development of luxury brands is a growing area of research interest, but earlier research lacks clarity regarding the definition, operationalization, and measurement of brand luxury. Karen W. Miller and Michael K. Mills [23] address this issue within the preeminent luxury fashion brands category by carefully examining brand luxury and the dimensions and relationships underlying the luxury fashion brand. The authors develop and test their conceptual model – the brand luxury model – which makes important contributions by clarifying the confusion evident in earlier brand luxury research, by supplying evidence about the importance of brand leadership, and by helping brand managers and academics through the creation of a useful framework to depict the luxury fashion brand.

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. Interest in the use of social media marketing – especially in the marketing of luxury fashion brands – is rapidly growing. Kim and Eunju Ko [24] identify attributes of social media marketing activities and examine the relationships among those perceived activities, value equity, relationship equity, brand equity, customer equity, and purchase intention. (The five perceived social media marketing activities are entertainment, interaction, trendiness, customization, and word of mouth.) The effects of social media marketing activities positively affect value equity, relationship equity, and brand equity; brand equity negatively affects customer equity; value equity positively affects purchase intention; and purchase intention positively affects customer equity. Findings of this study can be used to forecast purchasing behaviour of customers of luxury brands and provide a guide to managing assets and marketing activities.

From Armani to Zara: impression formation based on fashion store patronage.

Fine fashion and fast fashion are ever more converging with “Zara fication” (i.e., commoditization) and “massclusivity” of luxury fashions. Just as consumers buy luxury fashion brands to express or enhance their self-image, they can also patronize retailers with a self-congruent personality positioning. Kim Willems, Wim Janssens, Gilbert Swinnen, Malaika Brengman, Sandra Streukens, and Mark Vancauteren [25] address the research question, “Do people use store personality traits to infer store patron personality traits?” in two studies using the continuum model of impression formation as a theoretical foundation. Findings support a “yes” answer to this question. Study 1, a consumer survey, indicates that people do associate particular stereotypes with a store's patrons. Study 2, an experiment, demonstrates that the impression formed of others may substantially differ depending on the shopping bag (i.e., external cue of store patronage) the other carries. The authors conclude that consumers may not only wear certain fashion brands but shop at specific stores to impress others Retailers can benefit from store personality as a unique selling proposition – a trend, the authors say, luxury brand managers should to attend to.

Formulation of research objectives (problem statement). How to increase the customer equity of luxury fashion brands through nurturing consumer attitude? The study investigates the relationship among attitude toward luxury brands, customer equity, and customer lifetime value from a sample of undergraduate and graduate female students at two private women's universities in Seoul, Korea. Consumption for experience and fashion involvement positively influence attitude toward luxury brand; attitude toward luxury brand positively affects value equity and brand equity; and value equity negatively influences customer lifetime value while both relationship equity and brand equity positively affect customer lifetime value. From a managerial standpoint, this study provides several implications to luxury practitioners.

An outline of the main results and their justification. Fashion Marketing - the application of a range of techniques and a business philosophy that centres upon the customer and potential customer clothing and clothing-related products and services in order to meet the long-term goals of the organization [27].

The luxury industry is relatively small in terms of the number of companies, but punches far above its weight both in terms of sales and more importantly, influence. The best design, the best materials, the best merchandising, and the best packaging occur in the luxury industry, and hence luxury brands frequently lead the way for the rest of the marketing world. The role of fashion marketing of luxury brands is an area in need of new developments, theories, and knowledge in light of the trends toward global luxury and fashion markets.

Table 1

Two Views of Fashion Marketing

Sample statements	Fashion marketing is the same as promotion	Design should be based solely on marketing research
Assumption	Sell what we can make	Make what we can sell
Orientation	High failure rates	Marketing center
Alleged drawbacks	Relies on intuition	Band designs Stifles creativity

Marketing tactics. Today, fashion marketing influences all products and how consumers use these products. How products are marketed, when products are marketed, the evolution of products into different sizes, shapes, colours, and uses are all influenced by fashion marketers. Fashion marketing is taken to different levels from branding a person (e.g., Ralph Lauren, the person), a line of products (e.g., Lexus luxury cars), or a single product (e.g., Coach handbag).

Benchmarking - is common when undertaking cost improvement programs. Why not in branding? Too often managers believe that their positioning alternatives are restricted to what has always been done in their category. Considering brands in other categories, some of which may share some common characteristics and challenges, can suggest new positioning options. The observation that Ford increased its perceived quality, and analysis of how it was done, might suggest programs for Boeing or Maytag. Further, when evaluating brand-building programs, a useful benchmark might be other brands with similar positioning strategies. Thus, with respect to perceived quality, a leading firm in the financial service industry might find Disney to be a more interesting point of comparison than a direct competitor.

Developing a Valid Brand Equity Measurement System - The challenge for many brands is to develop credible and sensitive measures of brand strength that supplemental financial measures with brand asset measures. When brand objectives and programs are guided by both types of measures, the incentive structure becomes more balanced, and it becomes more feasible to justify and defend brand-building activities. General progress in the measurement of brand equity will help managers develop valid instruments for individual brands.

Measure Criteria. First, the measures should reflect the construct being measured, namely, brand equity. The conceptualization and structure of brand equity should guide the development of the measure set. One objective should be to tap the full scope of brand equity, including awareness, perceived quality, loyalty, and associations.

In particular, measures should reflect the asset value of the brand and focus on a sustainable advantage not easily duplicated by competitors. They should not be tactical indicators such as marketing mix descriptors or advertising expenditure levels. Tactics are easily copied and do not represent assets.

Second, the measures should reflect constructs that truly drive the market because they are associated with future sales and profit. Brand equity managers should be convinced that movement on a measure will eventually move the needle on price levels, sales, and profits.

Third, the selected measures should be sensitive. When brand equity changes, the measures should detect that change. For example, if brand equity falls because of a tactical blunder or competitor anion, the measures should be responsive. If an element of brand equity is stable, the measures should reflect that stability, and the brands true value should not be masked by noise.

Finally, the measures should be applicable across brands, product categories, and markets. Such brand equity measures will be more general than those used to manage an individual brand for which specific measures of functional benefits and brand personality are likely to be more unique. However, a set of proven and tested general measures can provide structure and guidance to those developing a set of measures for an individual brand. In fact, measures selected for an across-product/market context should be viable candidates for tracking individual brands.

The Brand Equity Ten sets of measures usually is being grouped into five categories. The first four represent customer perceptions of the brand along the four dimensions of brand equity–loyalty, perceived quality, associations, and awareness. The fifth includes two sets of market behaviour measures that represent information obtained from market-based information rather than directly from customers.

Loyalty. Loyally is a core dimension of brand equity. You usually offend your core first because they are connected to the brand and they care. Therefore, brand equity blunders that go to the heart of.

Problems/Cautions. Creating price-level statistics is difficult in a messy market with different channels, different variants of brand offerings, and a complex set of competitors.

A standard market basket is not so easy to conceptualize. Further, there are duties, taxes, and retail policies that cloud the issue for some products such as beer or wine.

Distribution coverage will have similar data-gathering and interpretation problems. Most brands have a host of sizes and varieties and sometimes many product classes; distribution coverage measures will need to sort out such complications. Further, if wholesalers are used, retail distribution data may be expensive to obtain.

Brand awareness is an important and sometimes undervalued component of brand equity. Awareness can affect perceptions and attitudes. In some contexts, it can be a driver of brand choice and even loyalty. Brand awareness reflects the salience of the brand in the customer's mind.

For new or niche brands, recognition can be important. For well-known brands such as Budweiser, Cheerios, and Chevrolet, recall and top-of-mind are more sensitive and meaningful. Recall questions can be inconvenient to use in a survey. An alternative to employing recall is the use of brand knowledge (I know what this brand stands for) and brand opinion (I have an opinion about the brand) variables. Similar measures are used by the Y&R and Total Research efforts, in part to avoid recall questions.

Market Behavior. The first eight sets of Brand Equity Ten measures all require a survey that can be expensive, inconvenient, time consuming, and hard to implement and interpret. A possible exception might be brand loyalty, which can also be measured by repeat purchase data from scanner panel sources. Brand performance measures, such as market share, market price, and distribution coverage, do not require surveys.

Social media is being widely used by almost all and even the companies, in spite of their size have started using social media to advertise and promote themselves. Big brands make use of the social media to convey their strong existence and friendly customer relationship. Big brands like IBM, Dell and Burger King have made use of the social media to a greater extent. IBM owns more than 100 different blogs, a dozen islands in the virtual world, several official Twitter accounts, and a accepted forum called Developer Works. It publishes a machine series on YouTube, and several employees upload presentations to the media-sharing-site SlideShare.

Dell has tapped the power of social media with its hugely popular IdeaStorm website, where users add thoughts for new creation lines and enhancement, choose them up or down, and comment on submission. Because of the site, Dell has ongoing to ship computers with Linux install, and has added community carry. Starbucks has also started to use this representation to some success with its My Starbucks Idea Site. Burger King has made headline time and time again with its innovative and viral social marketing campaigns. The

burger chain offered Facebook users a free Whopper coupon if they would "unfriend" 10 of their social network connections.

A central tenet of retailing is to put stores near customers. Now that 600 million potential customers are on Facebook, retailers are flocking to the site and aggressively experimenting with new communication strategies. Here are five ways they're connecting with customers on Facebook.

Promotions. For retailers, the key is to treat "fans" differently than other customers by providing special access to offers and information. Using Facebook as a one-way communications channel is a baby step, but broadcasting deals already found in other channels isn't a particularly effective engagement model. A smarter approach is to reward fans by, for instance, providing Facebook-only discounts and sneak peeks at upcoming products.

Participatory promotions are particularly effective as they add excitement to online purchasing and an incentive for customers to invite other friends.

For example, Lowes ran a Black Friday campaign on Facebook in which it offered a limited number of items at ridiculously low prices for fans only. Most discounts were in the range of 90% and were limited to the first 100 people to check out with the item at lowes.com. Not only did this engage existing customers, but it drove new customers to "like" Lowes' Facebook page, allowing Lowes to post future deals-on their newsfeeds.

Crowdsourcing. Wal-Mart and Gap have used crowdsourcing tactics on Facebook, inviting large groups to participate in shaping an offer or strategy. The Wal-Mart Crowd Savers program, for example, offers a potential deal to Facebook fans that is only activated if enough fans "like" the promotion - in effect, joining together to reach a goal - much like Groupon's model. Similarly, last year Gap asked its Facebook fans to comment on its new logo design.

After a barrage of negative feedback from fans, Gap invited them to submit their own designs. Responding to customers' outcry, the retailer ultimately restored its original logo.

Check-ins. Mobile-device check-ins is a popular way to electronically announce the arrival at a location. This has enormous potential value for retailers who, if they identify customers at all, typically don't do it until checkout, at which point it's too late to influence a purchase. Facebook Deals enables retailers to provide electronic coupons and loyalty points when customers check in at arrival, increasing store traffic and sales, and giving retailers a clearer picture of their customers' behaviour. Last year REI drove traffic to its stores by offering $1 donations to charity for every check-in, with a ceiling of $100,000. American Eagle has offered 20 % discounts to customers who check into its stores.

Games. Games like Farmville and Mafia Wars hosted on Facebook are immensely successful, creating an ideal opportunity for retailers to do something they know well: marry entertainment and merchandising. Last summer 7-Eleven partnered with game-maker Zynga to extend social games into the physical world. Items such as slurped and Big Gilps were branded with Farmville, Mafia Wars and YoVille designs that had redemption codes for in-game rewards. Meanwhile, teen-fashion retailer Wet Seal has been developing its own Facebook game, Chic Boutique. The retailer is hoping customers will compete with each other online to design outfits compiled from items in its catalogue, increasing awareness of Wet Seal's offerings and driving sales.

Social Shopping. The most obvious use of Facebook is also the most elusive - to create more than just an ecommerce store within a Facebook frame. Over the past two years several retailers have made it possible for customers to browse a subset of products on the company's Facebook page, but they usually rely on their e-commerce site to complete the transaction.

This is a step in the right direction, but to take real advantage of Facebook, retailers must make it easier for people on the site to communicate with each other about products, promotions' and reviews, and seamlessly make purchases.

To that end JCPenney recently opened a storefront on Facebook containing its entire catalogue of products. The UK retailer ASOS quickly followed suit. Facebook is testing a Buy-with-Friends program' currently limited to virtual goods, that publishes users' purchases on friends' news feeds and, by offering discounts, encourages those friends to make the same purchase. All companies, not just retailers, should be using social media like Facebook to listen to what customer are saying about their products and brand; attract them by using promotions, contests, and games; and involve them to keep them loyal and take advantage of the power of influential. These are the early days, and while it's uncertain what will work best, it's likely that retailers that don't experiment with social commerce will find their customers defecting to those that do.

Conclusions and perspectives of further research. The findings of the study support the following conclusions. First, SMM marketing activities of luxury fashion brands comprise five constructs; entertainment, interaction, trendiness, customization, and word of mouth. The brands' SMM activities perceived by consumers include distinctive values compared to old-fashioned marketing performances. Second, SSM activities perceived by customers are influential to all customer equity drivers. Since these activities for luxury fashion brands act affirmatively toward all drivers, they are fairly effective. As an integrated marketing medium, SSM activities effectively enhance value equity by providing novel value to customers that traditional marketing media do not usually provide. The brand's social media platforms offers venues for customers to engage in sincere and friendly communications with the brand and other users, so the brand's intended actions on the social communication scene were positively affecting relationship equity and brand equity as well. As the main purpose of marketing communication is to improve customer equity drivers by strengthening customer relationship and creating purchase intent, SMM activities contribute as effective marketing communication methods. With the growing interest of luxury fashion brands in providing luxurious values to customers in every way possible, using social media for marketing appears to be an appropriate medium to attract luxury consumers at the moment. As so, more luxury brands should engage in social media activities to anticipate positive contributions to brands by providing new luxury values to customers. Third, unlike findings in prior studies, the three customer equity drivers show no positive influence on customer equity in the case of a luxury fashion brand. In fact, brand equity has a negative influence in the present study. Possible reasons for the results are as follows. First, in the process of measuring the customer equity of the sample luxury brand, future purchasing behavior toward a certain brand was collected from general luxury customers whose customer life-time value for the measured brand was not comparably high. Second, due to increased competition among luxury fashion brands, it has become more difficult to sustain customer loyalty to-ward a specific brand and other factors might have been affecting customer equity more than the three drivers examined in this study are hardly controlled by brands over time. The findings of this study not only draw attention to defining customer equity drivers of luxury fashion brands, they also indicate the great difficulty in measuring customers' future behavior.

ЛІТЕРАТУРА

1. Kim, A. J., & Ko, E. (2010). Impacts of Luxury Fashion Brand's Social Media Marketing on Customer Relationship and Purchase Intention. *Journal of Global Fashion Marketing, 1*(3), 164-171.

2. Behravan, N., & Rahman, M. S. (2012). Customer relationship management constructs under social networks towards customers' retention. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 6*(7), 271-282.

3. Srisawas, S., & Rotchanakitumnuai, S. (2011). Social network management enhances customer relationship. *World Academy of Science, Engineering and Technology, 77*.

4. Babac, R. (2011). Impact of Social-Media Use on Brand Equity of Magazine Brands: A Qualitative Study of Vogue Turkey.

5. Voss, K. E., Spangenberg, E. R., & Grohmann, B. (2003). Measuring the hedonic and utilitarian dimensions of consumer attitude. *Journal of marketing research, 40*(3), 310-320.

6. Ahmed, M. A., & Zahid, Z. (2014). Role of social media marketing to enhance CRM and brand equity in terms of purchase intention. *Asian Journal of management research, 4*(3), 533-549.

7. Rehmani, M.& Khan, M. I. (2011) The Impact of E-Media on Customer Purchase Intention. *International journal of advanced computer science and applications, 2*(3), 220-232.

8. Ranjitah, K. L & Sinnor V. K. (2012) Influence of social media websites on promotion of product and services among the users: An empirical study. *Journal of multidisciplinary research, 1*(3). 532-564.

9. Lu, L. C., Chang, W. P., & Chang, H. H. (2014). Consumer attitudes toward blogger's sponsored recommendations and purchase intention: The effect of sponsorship type, product type, and brand awareness. *Computers in Human Behavior, 34*, 258-266.

10. Eri, Y., Islam, M. A., & Daud, K. A. K. (2011). Factors that influence customers' buying intention on shopping online. *International Journal of marketing studies, 3*(1), 128.

11. Hernández, A., & Küster, I. (2012). Brand impact on purchasing intention. An approach in virtual social networks channels. *Economics and Business Letters, 1*(2), 1-9.

12. Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of marketing, 65*(2), 81-93.

13. Farooq, F., & Jan, Z. (2012). The impact of social networking to influence marketing through

product reviews. *International Journal of Information and Communication Technology Research*, *2*(8), 627-636.

14. Nadeem M. (2012). Social Customer Relationship Management (SCRM): How connecting social analytics to business analytics enhances customer care and loyalty? *International journal of business and social science*, *3*(21), 88-102.

15. Kastanakis, M. N., & Balabanis, G. (2012). Between the mass and the class: Antecedents of the "bandwagon" luxury consumption behavior. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1399-1407.

16. Lertwannawit, A., & Mandhachitara, R. (2012). Interpersonal effects on fashion consciousness and status consumption moderated by materialism in metropolitan men. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1408-1416.

17. Shukla, P., & Purani, K. (2012). Comparing the importance of luxury value perceptions in cross-national contexts. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1417-1424.

18. Gil, L. A., Kwon, K. N., Good, L. K., & Johnson, L. W. (2012). Impact of self on attitudes toward luxury brands among teens. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1425-1433.

19. Megehee, C. M., & Spake, D. F. (2012). Consumer enactments of archetypes using luxury brands. *Journal of business research*, *65*(10), 1434-1442.

20. Bian, Q., & Forsythe, S. (2012). Purchase intention for luxury brands: A cross cultural comparison. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1443-1451.

21. Zhan, L., & He, Y. (2012). Understanding luxury consumption in China: Consumer perceptions of best-known brands. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1452-1460.

22. Godey, B., Pederzoli, D., Aiello, G., Donvito, R., Chan, P., Oh, H., ... & Weitz, B. (2012). Brand and country-of-origin effect on consumers' decision to purchase luxury products. *Journal of Business research*, *65*(10), 1461-1470.

23. Miller, K. W., & Mills, M. K. (2012). Contributing clarity by examining brand luxury in the fashion market. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1471-1479.

24. Ko, E., Kim, E., Taylor, C. R., Hoon Kim, K., & Jeong Kang, I. (2007). Cross-national market segmentation in the fashion industry: A study of European, Korean, and US consumers. *International marketing review*, *24*(5), 629-651.

25. Willems, K., Janssens, W., Swinnen, G., Brengman, M., Streukens, S., & Vancauteren, M. (2012). From Armani to Zara: Impression formation based on fashion store patronage. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1487-1494.

26. Kim, K. H., Ko, E., Xu, B., & Han, Y. (2012). Increasing customer equity of luxury fashion brands through nurturing consumer attitude. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1495-1499.

REFERENCES

1. Kim, A. J., & Ko, E. (2010). Impacts of Luxury Fashion Brand's Social Media Marketing on Customer Relationship and Purchase Intention. *Journal of Global Fashion Marketing*, *1*(3), 164-171.

2. Behravan, N., & Rahman, M. S. (2012). Customer relationship management constructs under social networks towards customers' retention. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, *6*(7), 271-282.

3. Srisawas, S., & Rotchanakitumnuai, S. (2011). Social network management enhances customer relationship. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, *77*.

4. Babac, R. (2011). Impact of Social-Media Use on Brand Equity of Magazine Brands: A Qualitative Study of Vogue Turkey.

5. Voss, K. E., Spangenberg, E. R., & Grohmann, B. (2003). Measuring the hedonic and utilitarian dimensions of consumer attitude. *Journal of marketing research*, *40*(3), 310-320.

6. Ahmed, M. A., & Zahid, Z. (2014). Role of social media marketing to enhance CRM and brand equity in terms of purchase intention. *Asian Journal of management research*, *4*(3), 533-549.

7. Rehmani, M.& Khan, M. I. (2011) The Impact of E-Media on Customer Purchase Intention. *International journal of advanced computer science and applications*, *2*(3), 220-232.

8. Ranjitah, K. L & Sinnor V. K. (2012) Influence of social media websites on promotion of product and services among the users: An empirical study. *Journal of multidisciplinary research*, *1*(3). P. 532-564.

9. Lu, L. C., Chang, W. P., & Chang, H. H. (2014). Consumer attitudes toward blogger's sponsored recommendations and purchase intention: The effect of sponsorship type, product type, and brand awareness. *Computers in Human Behavior*, *34*, 258-266.

10. Eri, Y., Islam, M. A., & Daud, K. A. K. (2011). Factors that influence customers' buying intention on shopping online. *International Journal of marketing studies*, *3*(1), 128.

11. Hernández, A., & Küster, I. (2012). Brand impact on purchasing intention. An approach in virtual social networks channels. *Economics and Business Letters*, *1*(2), 1-9.

12. Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of marketing*, *65*(2), 81-93.

13. Farooq, F., & Jan, Z. (2012). The impact of social networking to influence marketing through product reviews. *International Journal of Information and Communication Technology Research*, *2*(8), 627-636.

14. Nadeem M. (2012). Social Customer Relationship Management (SCRM): How connecting social analytics to business analytics enhances customer care and loyalty? *International journal of business and social science*, *3*(21), 88-102.

15. Kastanakis, M. N., & Balabanis, G. (2012). Between the mass and the class: Antecedents of the "bandwagon" luxury consumption behavior. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1399-1407.

16. Lertwannawit, A., & Mandhachitara, R. (2012). Interpersonal effects on fashion consciousness and status consumption moderated by materialism in metropolitan men. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1408-1416.

17. Shukla, P., & Purani, K. (2012). Comparing the importance of luxury value perceptions in cross-national contexts. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1417-1424.

18. Gil, L. A., Kwon, K. N., Good, L. K., & Johnson, L. W. (2012). Impact of self on attitudes toward luxury brands among teens. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1425-1433.

19. Megehee, C. M., & Spake, D. F. (2012). Consumer enactments of archetypes using luxury brands. *Journal of business research*, *65*(10), 1434-1442.

20. Bian, Q., & Forsythe, S. (2012). Purchase intention for luxury brands: A cross cultural comparison. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1443-1451.

21. Zhan, L., & He, Y. (2012). Understanding luxury consumption in China: Consumer perceptions of best-known brands. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1452-1460.

22. Godey, B., Pederzoli, D., Aiello, G., Donvito, R., Chan, P., Oh, H., ... & Weitz, B. (2012). Brand and country-of-origin effect on consumers' decision to purchase luxury products. *Journal of Business research*, *65*(10), 1461-1470.

23. Miller, K. W., & Mills, M. K. (2012). Contributing clarity by examining brand luxury in the fashion market. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1471-1479.

24. Ko, E., Kim, E., Taylor, C. R., Hoon Kim, K., & Jeong Kang, I. (2007). Cross-national market segmentation in the fashion industry: A study of European, Korean, and US consumers. *International marketing review*, *24*(5), 629-651.

25. Willems, K., Janssens, W., Swinnen, G., Brengman, M., Streukens, S., & Vancauteren, M. (2012). From Armani to Zara: Impression formation based on fashion store patronage. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1487-1494.

26. Kim, K. H., Ko, E., Xu, B., & Han, Y. (2012). Increasing customer equity of luxury fashion brands through nurturing consumer attitude. *Journal of Business Research*, *65*(10), 1495-1499.

УДК 656.611.2:338.12
JEL R40, O47, G31

ROZVADOVSKA O.V.,
Postgraduate student, Engineer of the 1st category
Market of Transport Services Department
Institute Of Market Problems and Economic & Ecological Research
of the National Academy of Sciences of Ukraine,
Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine, 65044
E-mail: samosashka@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6882-9972

COMPLEX ECONOMIC ANALYSIS OF THE ACTIVITIES OF SEA TRANSPORT ENTERPRISES ON THE PRINCIPLES OF STABLE DEVELOPMENT

Topicality. *The peculiarity of the functioning of enterprises in the current conditions of a long-term crisis is their constant dependence on the entire set of industrial and non-industrial entities, characterized by increased rigidity of competition. As a result, it negatively affects the competitiveness and sustainability of the operation of enterprises. Therefore, solving the problem of sustainable development and the ability to withstand adverse situations is an urgent task of enterprises in modern economic conditions. Improving the system for assessing the results of the development of national shipping involves the economic isolation of the resources of enterprises of maritime transport and the interdependence of the results of all units of industrial infrastructure from the nature of interaction in the process of operating in the market of transport services.*

Aim and tasks. *The purpose of the article is to develop theoretical, methodological and practical recommendations for a comprehensive analysis of the activities of maritime enterprises, as well as to systematize the conditions for the efficient functioning of the main units of the maritime transport industry in modern restrictions.*

Research results. *The article defines and classifies factors of influence on the work of companies and substantiates the main ways of getting out of the economic crisis. The basis of the formation of a balanced system of indicators of effective positioning of the subsystems of the maritime transport industry is justified. It determines the clarity of the implementation of strategic approaches to the transformation of the management system with institutional and entrepreneurial factors. The mechanism of management of the efficiency of navigation and port activity in entrepreneurial and macroeconomic aspects based on the final results taking into account the principles of a market economy, external factors and restrictions is substantiated.*

Conclusion. *Accordingly, many factors influence the sustainable development of the enterprise. However, not only the nature of factors, but also an effective mechanism for sustainable development of the enterprise is important for effective functioning. Ability to assess the sustainability of enterprise development allows to manage its level, effectively and adequately market situation to use its potential and achieve a favorable outcome.*

Keywords*: marine transport enterprises, sustainable development, efficiency, development trends, quality.*

РОЗВАДОВСЬКА О.В.,
Аспірант, інженер І категорії
Відділ ринку транспортних послуг
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних
досліджень НАНУ,
Французький бульвар, 29, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: samosashka@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6882-9972

КОМПЛЕКСНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ НА ПРИНЦИПАХ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

Актульність. *Особливістю функціонування підприємств у сучасних умовах тривалої кризи є їхня постійна залежність від усієї сукупності промислових і непромислових суб'єктів, що характеризується підвищеною жорсткістю конкурентної боротьби. Як наслідок, це негативно позначається на конкурентоспроможності й стійкості функціонування підприємств. Тому вирішення задачі стійкого розвитку та здатності протистояти несприятливим ситуаціям є актуальним завданням підприємств в сучасних економічних умовах. Удосконалення системи оцінки результатів розвитку національного судноплавства*

передбачає економічну відособленість ресурсів підприємств морського транспорту і взаємозалежність результатів всіх підрозділів виробничої інфраструктури від характеру взаємодії в процесі оперування на ринку транспортних послуг.

Мета та завдання. *Метою статті є розробка теоретичних, методологічних основ і практичних рекомендацій щодо комплексного аналізу діяльності підприємств морського транспорту, а також систематизація умов ефективного функціонування основних підрозділів морської транспортної індустрії у сучасних обмеженнях.*

Результати*. У статті визначені і класифіковані фактори впливу на роботу компаній і обґрунтовані основні шляхи виходу з економічної кризи. Розкрито основи формування збалансованої системи показників ефективного позиціонування підсистем морської транспортної індустрії. Це зумовлює чіткість реалізації стратегічних підходів до трансформації системи управління з інституційними і підприємницькими факторами. Обґрунтовано механізм управління ефективністю судноплавства і портової діяльності в підприємницьких і макроекономічних аспектах за кінцевими результатами, що враховує принципи ринкової економіки, зовнішні фактори і обмеження.*

Висновки*. Таким чином, на стійкий розвиток підприємства впливає безліч факторів. Проте, для ефективного функціонування важливим є не тільки характер факторів, але й ефективний механізм, що забезпечує стійкий розвиток підприємства. Можливість оцінювання стійкості розвитку підприємства дозволяє управляти її рівнем, ефективно і адекватно ринковій ситуації використовувати свій потенціал і досягати сприятливого результату.*

Ключові слова*: морські транспортні підприємства, сталий розвиток, ефективність, результативність, тенденції розвитку.*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. In today's post-crisis conditions of the country's economy, a large number of enterprises, especially transport, still remain unprofitable. This tendency is due to the lack of growth in volumes of transportation both for goods and passengers; reduction of the range of goods transported; reduction of the distance of transportation; low level of suitable rolling stock; the lack of a new fleet and a host of other reasons. That is why today it is relevant to conduct an analysis of the activities of water transport enterprises, to determine the features of its current state and to identify the reasons that hinder their development.

Therefore, the article focuses on the clarification of the theoretical positions on solving the problems of the development of the fleet and ports on the principles of complexity, which led to the need to improve approaches for substantiating investment decisions and the formation of organizational and economic mechanism of the effective management of functional activities in today's conditions of competition and interaction among participants of market of transport services.

Analysis of recent publications on the problem. The issues of sustainable development of maritime enterprises were reflected in the works of Primachov M.T. [1], Koba V.G. [2], Zhykhareva V.V. [3], Kotlubay O.M. [4], but there are new problems that require additional research. At the same time, the methods of assessing the impact of external administration on the effective positioning of the national merchant fleet are not fully covered, and the features of the management of the systemic safety of commercial seafaring are not fully disclosed in identifying the economic tasks of administration in navigation in the conditions of the formed sectoral division of the maritime trade market.

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. The tough competition and the necessity of using technology achievements in shipping have led to a change in the traditional means of organizing the fleet, and new trends in the development of the world fleet. It is necessary to conduct qualitative and complete analysis, which will provide clear information and the possibility of adopting efficient and effective management decisions regarding the functioning, regulation and control of companies, due to the rapid flow of time, the change in the influence of the external and internal factors on the activities of enterprises.

Formulation of research objectives (problem statement). Giving preference to one or another development strategy of any subdivision of the marine transport complex depends on the predicted level of effectiveness of the chosen strategy option, where the quantification of this level is accompanied by different methods of calculation**.** As an indicator of the overall economic efficiency of an investment program based on the principles of capitalization of cash flows, it is necessary to take the ratio of growth of profit due to development to the corresponding increase in the cost of production potential. It is necessary to take into account the effect of interaction and non-systemic results of the innovation process.

The purpose of the article is to justify the choice of methods for assessing the economic results of development and interaction of marine transport enterprises, as well as a comprehensive study of the principles, methods and ways for ensuring the sustainability of enterprise development.

An outline of the main results and their justification. In general, efficiency describes the developed systems, processes, phenomena, as an indicator of the effectiveness of their development. We identify measures that contribute to the development process, and cut off those that lead to regression, trying to increase the efficiency of a specific type of business and their aggregate. In this sense, the effectiveness of activity and development is always related to practice. It directs management activities along the lines of reasonableness, necessity, justification and sufficiency.

Efficiency is a qualitative category related to the intensity of entrepreneurship development (dynamic qualitative category).

In general, performance measurement means comparing at three levels:

- comparison of current results with past basic performance;
- comparison of results between divisions (points to relative achievements);
- comparison of actual results and goals (best of all, since it focuses on tasks).

The essence of these assessment stages is to eliminate external influences and assess the economic efficiency of an enterprise based on the calculation of internal performance indicators. The main indicators of efficiency is an increase in profits achieved through lower costs and an increase in the volume of transport services. The analysis of the state of the marine transport enterprise is based on the reporting data of previous periods, while the effectiveness of future periods is directly dependent on previously achieved results. This is the main disadvantage of this algorhytm.

The choice of the research method is determined by its objectives, as well as the feature of the object of study and the stage of the diagnostic process. It is necessary to use a set of criteria that reflect both existing practices and newly emerging objective processes. The most important among them:

- overall performance of the organization, that is, measure of achievement of the purposes for which it was created. The system of goals embraces economic and social, scientific and technical arrangements. It can be represented as a "target tree", in which objectives of different levels are linked to classification groups in such a way that the implementation of lower level arrengements leads to the realization of a certain higher-level goal;
- implementation of the program of economic and social development;
- financial security of work. This is the most important general economic performance criterion. Its indicator is the excess of revenue over costs, including the cost of fixed deductions to the state and the region, the development of the organization and social development of the collective;
- compliance with the technological level of the organization and sale of work (services) to the objective requirements of market development;
- achievement of the world level in terms of quality and cost of providing the work (services);
- solving the main social problems of the team. The most important indicators are the degree of satisfaction of the social and household needs of the team and the possibility of professional development;
- meeting environmental requirements by organization.

It should be noted that the business environment is a set of two components: external (factors that directly or indirectly affect the development of entrepreneurial activity) and internal (factors that are formed by the entrepreneur and management) (table 1).

Table 1

Factors that affect the efficiency of entrepreneurship

External factors	Internal factors
economic policy	structure of subjects of entrepreneurship
economic and geographical factors	marketing, sales and finance
social and economic factors	technology
scientific and technological progress	personnel
market conditions	production

The effectiveness of any activity is expressed by using the ratio of the result to the cost. Target orientation of such position - the desire to maximize. There is the task of maximizing the result, which falls on a cost unit.

Indicators, that used for performance evaluation, are net profit, economic profit, amount of coverage, return on investment capital, return on equity, earnings per share, share of coverage. For strategic purposes, net current value (NPV), economic value added (EVA), internal rate of return (IRR), and PI (profitability index) are used.

In the process of analysis and planning of the level of specialization of maritime enterprises, a system of indicators, that reflect the requirements of the criteria for effective stability of functional and investment activity, is used:

– share in the total volume of transport and reloading work performed by a specialized fleet or cargo complexes;

– number of specialized vessels, cargo terminals;

– the share of specialized vessels, ports, cargo terminals in the total carrying capacity or ports capacity;

– share of main types of cargo transported in the total transport work of this sector of the transport services market;

– average number of types of goods loaded onto one vessel or reloading complex (productivity) [5, p. 43].

The basic principles of sustainable development of the enterprise are showed in table 2.

Table 2

Basic principles of sustainable development of the enterprise

Principle	Its characteristic
Principle of consistency	It is necessary to consider the object and subject of management as a whole, when forming the mechanism of sustainable development of the enterprise. In this case, each structural unit of the enterprise must be considered as a system, which also has its constituent elements.
Principle of goal setting	This principle determines the direction of enterprise development in a certain perspective. Goal setting works as a qualitative definition of the purpose and therefore needs to be specified, in order to have the ability to pass goal setting to the functional elements of the system.
Principle of competency	This principle means that the formation of a sustainable development mechanism should cover all areas of the controlled entity, that is, it must implement all management functions and all stages of the life cycle of manufacturing and exploitation of products produced by the controlled object.
Principle of hierarchy	This principle means that the organizational structure in the formed mechanism should be multilevel with the delegation of certain authority for the adoption of managerial decisions to the corresponding structural units of the formed organizational management structure.
Feedback principle	This principle means that it is necessary to organize a permanent and timely receiving of required information in the control system about the status of the controlled object.

Source: [6, p. 126]

The share of equity in the total cost of the enterprise, which is called the coefficient of autonomy, is the main indicator of the financial stability of a shipping company:

$$k_{aut.} = \frac{\text{Equity}}{\text{Total Capital}}, \quad (1)$$

The economic efficiency of the functional activity of the fleet or port is ensured through the realization of developmental tasks and the relative balance of costs and the price formation of the final results. Methods for estimating and managing the efficiency of forming the production potential of maritime enterprises and their use should take into account the factors that distort the objectivity of the growth of resource productivity.

Building a model for evaluating and managing the performance of functional and investment activities should reflect:

- improvement of the system of purpose and evaluation indicators reflecting the focus on optimization of final results;
- strengthening the role of indicators, that reflect the efficiency of the use of economic resources;
- the tendency and regularities of improving the quality of products, the level of competitiveness and expansion of the company's positioning in the priority sector of the operator's market.

These provisions are the starting point for the formation of methodological bases for measuring and stimulating the results of the functional activities of shipping companies and merchant ports.

The general indicator of efficiency should interpret the economic essence of the functioning of the subjects of the maritime trade market, measure the results at all levels of management, give a reliable assessment of the enterprise. Ultimately, the general indicator focuses on optimization of decisions and on a rational attitude to the environment [1, p. 195-196].

The role of the general indicator of the efficiency of the development of maritime enterprises is to present information about the final results of the work of the fleet, ports and the quality of use of production potential.

The efficiency of the development of maritime enterprises can be assessed by the nature of the change in the productivity of the main type of resources in relation to the scale and rate of their involvement in the production process. However, it should be taken into account that the change in resource intensity in recent times is conditioned not only by production tasks, but also by factors enhancing safety and environmental friendliness. So the growth of labor productivity may not coincide with the change in capital stock and return on assets. They are related to the price parameters of the product market and factors of production [7, p. 105-106].

Social and economic efficiency should be allocated in the methodology for assessing the effectiveness of the economic decision. It reflects not only the efficiency of consumption of labor results. The problem is that many social and economic measures carried out at the enterprise, in terms of absolute and comparative efficiency, can be unprofitable, since there is no direct link between the human factor on which they are influenced and the results of economic activity.

Social and economic efficiency can be expressed in such indicators as the degree of satisfaction of members of the labor collective with the results of labor, conditions and safety of work, fatigue, the burden on the environment, quality of life and etc. In a number of projects, social and economic efficiency can be a decisive factor in their implementation. Indicators of social and economic efficiency complement calculations of absolute and comparative effectiveness, making the assessment of effectiveness more systematic and complex.

The positioning mechanism in any sector of the maritime trade market should be aimed at intensifying the use of the production potential of the shipping company and ports. The optimization of business and non-transport results becomes the main result of this provision [8, p. 784]. This task can be solved on the basis of substantiation of the necessary parameters of economic growth, stimulation of the technical and economic level of enterprises of maritime transport, as well as a rational correlation of the processes of administration and management. The final goal is the effectiveness of using investment resources and labor within the current state of the transport services market.

Efficiency and quality of production processes characterize the most important technical and economic, and operational indicators of maritime transport. According to these indicators, work is planned, accounting and control are carried out, and the results of activity are estimated.

Technical and economic, and operational indicators include quantitative and qualitative results of production processes.

The quantitative indicators include absolute values: the size of vessels, time costs, the volume of transshipment and overload of goods, which reflect the rating of the company.

Qualitative indicators represent the ratio of various quantitative indicators of the production processes of maritime transport and its production units (fleet, ports, shipyards) and participate in the choice of competitive position in the maritime transport market.

The level of resulting indicators of production processes depends on many factors: natural and climatic conditions, the structure of goods, fleet, technical equipment of ports, as well as technological processes of transportation and handling of goods [9, p. 63].

In general, the quantitative and qualitative characteristics of the operational work of maritime transport can be grouped according to the following set of indicators:

– quantity and quality of work;
– transportation and cargo turnover;
– technical priority and productive capacity;
– working hours of production capacities;
– implementation of technical speed of the vessel, fleet;
– use of load capacity and cargo capacity of the vessel, fleet, capacity of warehouses;
– the productivity of the ship, the fleet, the capacity of the seaports;
– intensity of handling of ships in ports;
– freight capacity of the fleet, port capacity;
– economic and financial results of the work of the fleet, ports, other enterprises of maritime transport.

Economic indicators take into account the revenues and expenses of the maintenance of vessels, transshipment equipment of ports and other productive capacities of enterprises of sea transport. Expenses are expressed by several indicators, among which it makes sense to separate: capital investments, operating costs, resulted expenses.

Capital investments are one-time expenses for the construction and installation of technical complexes of the fleet, buildings, structures, equipment and other technical means. Ultimately, this is the most important characteristic of the competitive positioning of enterprises of any form of ownership.

Operating costs are the current costs for the planned (reporting) period of the vessel, fleet, labor, material, energy, information, organizational and managerial production resources.

A general indicator of the scientific and technical level of production includes a number of indicators, among which the technical, technological, social, environmental, organizational, level of management, economic levels are distinguished [9, p. 64].

The technical level of production is the technical equipment of the enterprise, its productivity, technological design, reliability of work, seriality and interchangeability of structures and nodes, intensity of material consumption, competitiveness with world standards, patent and legal protection. They determine both the cost of the potential and its effectiveness.

The technological level of production is determined by the quality and efficiency of the technology of transportation of goods and maintenance of rolling stock of sea transport and cargo in ports, the intensity of the work, bandwidth, technological capacity, specialization and unification of operations, operational reliability, the rhythm of work, competitiveness with advanced models of world technology.

The social level includes indicators such as labor productivity and its social orientation, discipline of labor, group labor compatibility and its purposefulness, safety of work.

The organizational level evaluates the effectiveness of the organization of the production process, the degree of technical, technological, logistical, commercial, legal preparation of production. It is determined by the structure of management, the subordination of individual units, the synchronization and rhythm of the entire production process as a whole.

The ecological level characterizes the degree of harmful effects on the environment that arise during the work of the rolling stock of transport, service of transport and cargo in port. It determines the air pollution, contamination of the territory and water area with harmful products, dissipates in the process of cargo transportation, cleaning ships and cars.

The level of management is assessed by the degree of mechanization and automation of production processes, their information and managerial readiness in manual, mechanized and automated control modes.

The aggregated indicators of this group include: the level of mechanization of reloading process, automation of technical complexes, technological, information and management processes. Particular emphasis is placed on the integration of the management of the economic and mathematical apparatus.

The economic level reflects the economic efficiency of the production process in a combination of economic indicators - income, capital investment, operating costs, reduced costs, profit, return on assets, profitability, resource productivity. These indicators measure the performance of enterprises.

The management information system is very important in improving the efficiency and quality of production activities of maritime transport. The following criteria are used to assess its effectiveness:

- minimum expenses on information production and management losses due to its incomplete and insufficient quality;
- maximum of the total value of the received data at the given costs of various resources;
- minimum cost of all resources with a given program of release of information, that is, with a given nomenclature of output indicators and characteristics of their frequency, urgency, reliability. This criterion is more often than the first two, is used for practical statement and problem solving [9, p. 65-66].

Whatever the quality of products manufactured by industry and agriculture, it can not be effectively realized by the consumer until it is delivered to its destination in certain time periods, without loss in the process of transportation of commodity qualities. Thus, the quality of products is accompanied by the quality of transport products. It is not material in form, but material in content. In other words, the quality of manufactured products should be supplemented by the quality of the process of its transportation, so that at the point of destination the products have the quality that is necessary for the consumer [9, p. 110].

The quality of transport products includes the time of delivery of goods, their preservation, as well as the efficiency of maritime transport, that is, it includes the evaluation of its work.

For transport products, integrated quality indicators include the speed and preservation of cargo delivery, and integral indicators that are reflected in cost form, both the cost of transport resources and the economic effect reflect profit and net gross revenue, which relate to tonnage-days of the fleet in operation.

For port products, comprehensive indicators include the gross intensity of cargo operations in the main nomenclature and the storage of goods in the process of cargo operations (loading, unloading), including storage, and to integral - the cost of processing 1 ton of cargo, profits, etc.

The speed of delivery of goods as a comprehensive indicator of quality is understood in the broadest sense. The delivery time covers the entire period of liability of enterprises and organizations of maritime transport for the acceptance of the consignor's cargo to the consignee or other means of transport.

Safety of delivery of cargoes is provided in the process from their receipt from the consignor to delivery to the consignee or another type of transport [9, p. 111].

The quality of transport production largely depends on the external conditions of the production process. In the first place, this applies to the placement of goods transported. Factors such as long-term impact on loads, the temperature and humidity of which is constantly changing, the effects of various dynamic forces during overload, shifts in the vessel, is a result of the impact of the environment and transportation conditions.

Managing the effective positioning of a shipping company is most often oriented to the assessment of investment and production activities. This is quite clearly seen in the McMillan Dictionary, which states that the results of the industry: "the degree of achievement in the goals pursued by the firms that form it" [10, p. 63]. They are reflected in such indicators as "profitability, technical progress, design and product quality, as well as growth".

Managing the effectiveness of functional activity should reflect the work of maritime transport in two forms of being and the movement of matter - in space and in time. The change in the situation in using the fleet should be taken into account on the basis of the method of management of the results of the investment process. The level of rationality of labor costs and the quality of technical means are allocated in the formation of efficiency allocated. Shipping companies and trading ports should be guided by the normal use of capacities, which ensures timely reproduction of the potential.

Management and evaluation are based on the principle of calculation of final results. It is necessary to reflect the growth of results in the form of an integral effect. It represents the algebraic sum of changes in the value of an object - the effect of investment and the effect of functional activity on the average normative lifetime, as well as the effect of the cargo owners - reducing the cost of delivery and reducing the need for working capital [11, p. 270-271].

Improving the assessment of effectiveness is based on refining the results of the functional activity and the formation of an appropriate system of indicators reflecting the criterion limitations. They provide both minimization of costs and maximization of returns of resources. Methods of calculation of results should correspond with the conditions of development of market relations. The task of the merchant fleet or ports is to fully and timely meet the needs of sea freight delivery at high quality interactions with other transport companies. The normalized return on productive capacity and the achievement of business efficiency are also important [12, p. 83].

The dynamism of the system of indicators, its adaptability are conditioned by the course of development, the change in the priority of individual results and the increased relevance of resource conservation. Objectivity of the results management system requires improvement of the grouping of indicators. The position of economic principles is realized in the measurers of indicators with the help of special categories. Therefore, the indicators of economic efficiency should clearly capture the state of functional processes.

Indicators of the performance of the fleet and ports should reflect, in particular, the impact of the tools focused on the profitability of entrepreneurial activity. The severity of the indicators is conditioned by the need to monitor the state of competitiveness and focus on long-term financial sustainability. This approach defines the requirements for a set of indicators that reflect the orientation of the enterprise to the implementation of the target functions [1, p. 175]. The last ones are complicated by the IMO and ITF administration standards.

The effectiveness of the shipping company's and port's development is estimated by the ratio of the effect to the costs of factors of production, average capital investments per unit of output, the cost of the workplace, the term of investment return, net present value and the internal rate of payback. In the structure of the indicators of the efficiency of the functional activities of maritime enterprises should distinguish groups that reflect the directions and forms of change: the effectiveness of work and use of power, the non-systemic effect, technical development [1, p. 177].

In addition to the objectivity of indicators of planning and evaluation of the results, the objectivity of their application is important. It is determined by the influence of indicators on the implementation of the strategy of the cost-effectiveness of functional activities. Because of the multifaceted factors of the formation of entrepreneurial results, differentiation of indicators according to the working conditions of enterprises is required. In the economic mechanism, these indicators reflect the unity and distinction of macroeconomic, microeconomic and personal interests.

The central task of forming a system of indicators is the reflection of the functional links of resource using and the flexibility of development management. The enlarged grouping of indicators is represented by the following features:

- reflection of balance and progress of the plan (growth rates, level of fulfillment of obligations, ratio of demand and supply);
- increasing the return on productive capacity (implementation of project throughput, productivity, return on assets, etc.);
- effectiveness (dynamics of net result, volume of profit, profitability, reduction of cost);
- improvement of quality.

The work of the merchant fleet and ports can be evaluated by indicators that reflect technological features, and indicators that take into account macroeconomic goals. The volume of transport work and the intensity of traffic flow belong to the first. For others, there are the delivery time, transport costs, and productivity. The set of evaluation indicators is characterized by their interconnection and contradiction [12, p. 111].

The complexity of the development of any marine transport enterprise can be estimated by the scale of functional activity, structural shifts, the level of return of resources, the efficiency of building up and use of potential, relative need for financial resources. Ultimately, they determine the ability of shipping companies or ports to maintain and expand their positions.

Conclusions and perspectives of further research. Functional activity of enterprises of maritime transport is exposed to various conditions that are significantly reflected in the effectiveness of the using of production potential.

The final result of the transport system is formed under the influence of many factors, among which the optimality of interaction of individual enterprises, regardless of their form of ownership and

subordination. The main results of the clarity of interaction and creative management of the activities of individual enterprises should be considered the intensity of processing of traffic flows and the speed of delivery of goods. It defines the tasks of constructing mechanisms and tools for cooperation between transport companies of different levels of the production and management hierarchy.

Therefore, it is necessary to find effective ways and implement anti-crisis management measures throughout the life cycle of enterprises, which will help to smooth, and subsequently eliminate, decline in volumes and distances, fleet aging, stabilize personnel supply, create a favorable climate for investment attraction, and so on.

Improving the system for assessing the results of the development of national shipping involves the economic isolation of the resources of enterprises of maritime transport and the interdependence of the results of all units of the industrial infrastructure from the nature of interaction in the process of operating in the market of transport services.

Criteria for evaluation, a system of economic indicators and methods for their calculation are refined and improved in accordance with economic principles and taking into account market mechanisms for maximizing income.

ЛІТЕРАТУРА

1. Примачев Н.Т., Примачева Н.Н. Эффективность развития морской транспортной индустрии: моногр. Одесса : ОНМА, 2011. 374 с.
2. Коба В.Г. Економічний аналіз діяльності підприємств водного транспорту : навч. пос. / В.Г. Коба, О.Є. Бабина, М.В. Ковбатюк, Н.Г. Беник. Київ : КИТ, 2011. 340 с.
3. Жихарева В.В. Экономика морского транспорта : учебник / В.В. Жихарєва, А.М. Котлубай, О.Н. Кибик и др. Харьков : БУРУН КНИГА, 2012. 480 с.
4. Котлубай О.М. Економічні механізми розвитку торговельного мореплавання в Україні. Одеса : ІПРЕЕД НАНУ, 2004. 453с.
5. Примачев Н.Т., Примачева С.И. Морские торговые порты в системе интермодальных транспортных сообщений. Одесса : ИПРЭЭИ НАНУ, 2001. 214 с.
6. Васюк Н.В. Формування механізму стійкого розвитку машинобудівних підприємств // Інноваційна економіка. 2012. № 10. С. 125-128
7. Примачев Н.Т. Экономические основы функционирования морского рынка транспортных услуг: моногр. / П.А. Бойко, С.В. Винников, И.А. Голубкова, Н.Н. Примачева, И.В. Савельева, Е.В. Сенько, Л.Л. Сотниченко. Одесса : Автограф, 2004. 320 с.
8. Економічна енциклопедія / редкол. : С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. Київ : Академія, 2001. Т. 2. 848 с.
9. Винников В.В. Экономика предприятия морского транспорта : учеб. пос. Одесса : РИЦ ХЭТК «Моряк» : ОКФА, 1999 г. 352 с.
10. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение; пер. с англ. В.И. Данилова-Данильяна. Москва : Прогресс, 1989. 528 с.
11. Фрасинюк Т.И. Принципы управления эффективным позиционированием судоходной // Вісник Хмельницького національного університету. 2013. Т. 2, № 3. С. 269-272
12. Примачев Н.Т. Методы измерения эффективности морского транспортного комплекса : моногр. Одесса : ИПРЭЭИ НАНУ, 2009. 260 с.
13. Lavrushchenko Yu.O. Directions of the balanced development of the Ukrainian transport system in conditions of the market of transport services globalization // Economic innovations. 2018. Vol. 20, № 3(68). P. 136-145

REFERENCES

1. Primachev, N.T. & Primacheva, N.N. (2011). *Jeffektivnost' razvitija morskoj transportnoj industrii: monogr. [Efficiency of the development of the maritime transport industry]*. Odessa : ONMA [in Russian].
2. Koba, V.H., Babyna, O.Ye. & Kovbatiuk, M.V. et al. (2011). *Ekonomichnyi analiz diialnosti pidpryiemstv vodnoho transportu [Economic analysis of the activity of marine transport enterprises]*. Kyjiv : KYT [in Ukrainian].

3. Zhihareva, V.V., Kotlubaj, A.M. & Kibik, O.N. et al. (2010). *Ekonomika morskogo transporta: ucheb. posob. [Economy of sea transport]*. Odessa : IPRiJeJeI NANU [in Russian].

4. Kotlubaj, O.M. (2004). *Ekonomichni mekhanizmy rozvytku torhovelnoho moreplavannia v Ukraini [Economic mechanisms for the development of merchant shipping in Ukraine]*. Odesa : IPREED NANU [in Ukrainian].

5. Primachev, N.T., Primacheva, S.I. (2001). *Morskie torgovye porty v sisteme intermodal'nyh transportnyh soobshhenij [Sea trade ports in the system of intermodal connection]*. Odessa : IPRiJeJeI NANU [in Russian].

6. Vasiuk, N.V. (2012). Formuvannia mekhanizmu stiikoho rozvytku mashynobudivnykh pidpryiemstv [Formation of the mechanism of the stable development of machine-building enterprises]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy, 10, 125-128* [in Ukrainian].

7. Primachev, N.T., Bojko, P.A. & Vinnikov, S.V. (2004). *Jekonomicheskie osnovy funkcionirovanija morskogo rynka transportnyh uslug: monogr. [Economic basis for the functioning of the maritime transport market]*. Odessa : Avtograf [in Russian].

8. Mochernyi, S.V. (Ed.) (2001). *Ekonomichna entsyklopediia [Economic encyclopedia]*. Kyiv : Akademiia [in Ukrainian].

9. Vinnikov, V.V. (1999). *Jekonomika predprijatija morskogo transporta : ucheb. pos. [Economy of marine transport enterprises]*. Odessa : RIC HJeTK «Morjak» : OKFA [in Russian].

10. Sink, D. Scott (1989). *Productivity management: planning, evaluation, control and improvement* (V.I. Danilov-Danil'jan, Trans). Moscow: Progress.

11. Frasinjuk, T.I. (2013). Principy upravlenija jeffektivnym pozicionirovaniem sudohodnoj kompanii [Principles of management effective positioning of the shipping company]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu – Newsletter of Khmelnytsky National University, Vol. 2, 3, 269-272* [in Russian].

12. Primachev, N.T. (2009). *Metody izmerenija jeffektivnosti morskogo transportnogo kompleksa [Methods for measuring the effectiveness of the sea transport complex*]. Odessa : IPRiJeJeI NANU [in Russian].

13. Lavrushchenko, Yu.O. (2018). Directions of the balanced development of the Ukrainian transport system in conditions of the market of transport services globalization. *Economic innovations, Vol. 20, 3(68), 136-145*

УДК 338.45
JEL L62; F63; C40

CHUKURNA O. P.,
PhD. Econ. Sciences, Associate professor of marketing department
Odessa National Polytechnic University,
Shevchenko St., 1, Odesa, Ukraine, 65044
E-mail: elenachukurna@gmail.com
ORCID ID: 0000-0001-9285-7068

NITSENKO V. S.,
Dr. Econ. Sciences, Professor, Senior Researcher
Market of Transport Services Department
Institute Of Market Problems and Economic & Ecological Research Of the National Academy Of Sciences Of Ukraine,
Frantsuzkyi boulevard, 29, Odesa, Ukraine, 65044
E-mail: vitaliinitsenko@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-2185-0341

HANZHURENKO I. V.,
PhD. Econ. Sciences, Senior Researcher
Market of Transport Services Department
Institute Of Market Problems and Economic & Ecological Research Of the National Academy Of Sciences Of Ukraine,
Frantsuzkyi boulevard, 29, Odesa, Ukraine, 65044
E-mail: hanzhurenkoirina@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-*4151-123X*

HONCHARUK N. R.,
Magister
Odessa National Polytechnic University,
Shevchenko St., 1, Odesa, Ukraine, 65044
E-mail: nad.goncharuk18@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9432-7861

DIRECTIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TRANSPORT LOGISTICS IN UKRAINE

Topicality. *Technological innovations of the fourth industrial revolution have had a significant impact on the development of logistics and the organization of logistics and transportation throughout the world. These processes were also facilitated by the globalization of international trade, the transnationalization of large companies, and the growth of volumes of commodities' production, which involves the unrestricted movement of resources and goods between countries and continents, which can only be realized under the presence of a strong and developed transport and logistics infrastructure. The growing role of transport and logistics services is confirmed by the UNCTAD data, according to which 63 % of the World's volume of investment stock belongs to the services sector, 23.4 % of which - to the transport and logistics services.The geo-strategic position of Ukraine allows it being a convenient place for transit transportation of cargoes and passengers between the countries of Europe, Asia and the Middle East. Four Crete transport corridors pass through Ukraine. The transit transposition of Ukraine is an absolute advantage of the country, which makes national market attractive for foreign investors and producers.*

World trends show, that recently in the sphere of transport logistics, new cargo delivery technologies and innovative approaches to transport infrastructure have emerged. That is why the relevance of the choice of the paper topic is related to the study of the impact of innovative technologies of the fourth industrial revolution on the development of transport logistics. There is a large number of ambitious projects that will be analyzed in this study. This will allow us formulating suggestions on the implementation of the most promising projects of transport logistics to implement them in Ukraine. They will be aimed at increasing the competitiveness of both logistics enterprises and the country as a whole.

Aim and tasks. *The purpose of the article is to study the impact of innovative technologies on the development of transport logistics in Ukraine and to formulate suggestions on the implementation of the most promising projects into the transport and logistics infrastructure of Ukraine.*

Research results. *The article reveals the main meta-trends in the development of logistics for the nearest future, namely: 3D printing, IoT, UAV, autonomous transport and underground cargo delivery.*

The analysis of the logistics market showed, that in Ukraine over the past 10 years the development of logistics has showed a predominantly negative dynamics : almost no water transport (only 1 % of total freight turnover); due to the state of roads and restrictions on the traffic of large-sized transport, only recently road haulage has begun to show a positive dynamics, while rail transport is still the main type of cargo transportation in Ukraine. The project of a logistics infrastructure for underground cargo delivery for the Odessa region and Ukraine as a whole is suggested. Within the framework of this project, a possibility, the potential cost and the profit from the implementation of the underground cargo network in Ukraine have been analyzed. According to the analysis, at the expense of the profit from this project, the payback period will be 7 years, and only one year after the project implementation the profit is expected to increase by 51 %.

Conclusion. *Ukraine has an extremely favorable geopolitical location; several international transport corridors pass through the country, but at the moment the degree of the use of transport infrastructure in Ukraine is rather low. In recent years, the country has been active in supporting initiatives related to the development of international transport corridors, defining their creation and development as a priority direction in the development of the transport complex of Ukraine. According to the analysis, the attraction of investments for the introduction of modern transportation technologies will lead to a significant increase in the profit from freight transportation and will allow Ukraine to take the leading position in the market of logistics services in Europe.*

Keywords: *innovative technologies in logistics, logistic approaches, trends in logistics, IoTs, unmanned aerial vehicles, autonomous transport, underground cargo delivery.*

ЧУКУРНА О. П.,
Канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу
Одеській національний політехнічний університет,
проспект Шевченка, 1, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail:elenchukurna@ukr.net
ORCID ID: 0000-0001-9285-7068

НІЦЕНКО В. С.,
Докт. екон. наук, професор, с.н.с. відділу ринку транспортних послуг
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,
Французький бульвар, 29, Одеса, Україна, 65044
E-mail: vitaliinitsenko@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-2185-0341

ГАНЖУРЕНКО І. В.,
Канд. екон. наук, с.н.с. відділу ринку транспортних послуг
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,
Французький бульвар, 29, Одеса, Україна, 65044
E-mail: hanzhurenkoirina@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-*4151-123X*

ГОНЧАРУК Н. Р.
магістрант
Одеський національний політехнічний університет,
проспект Шевченка, 1, м. Одеса, Україна, 65044
E-mail: nad.goncharuk18@gmail.com
ORCID: 0000-0001-9432-7861

НАПРЯМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Актуальність. *Технологічні інновації четвертої промислової революції здійснили значний вплив на розвиток логістики та організацію логістичних підходів та транспортних перевезень в усьому світі. Цим процесам також сприяла глобалізація міжнародної торгівлі, транснаціоналізація великих компаній та*

зростання обсягів виробництва товарів, що передбачає безперешкодне переміщення ресурсів та товарів між країнами й континентами, яке можливо здійснити тільки при наявності потужної та розвиненої транспортно-логістичної інфраструктури. Зростаючу роль транспортно-логістичних послуг підтверджують дані UNCTAD, згідно з якими 63 % світового обсягу накопичених інвестицій приходиться саме на сферу послуг, в якої 23,4 % складають саме транспортно-логістичні послуги.

Геостратегічне положення України дозволяє їй бути вигідним місцем для транзитних перевезень вантажів та пасажирів між країнами Європи, Азії та Близького Сходу. По території України проходить чотири Критських транспортних коридорів. Транзитне положення України – є абсолютною перевагою країни, яка надає привабливості національному ринку для закордонних інвесторів та виробників товарів.

Світові тенденції свідчать, що в сфері транспортної логістики в останні роки з`явились нові технології доставки вантажів та інноваційні підходи щодо транспортної інфраструктури. Саме тому, актуальність вибору теми пов`язана дослідженням впливу інноваційних технологій четвертої промислової революції на розвиток транспортної логістики. З'являється велика кількість амбітних проектів, які будуть проаналізовані в даному досліджені, що дозволить сформувати пропозиції щодо впровадження найбільш перспективних проектів транспортної логістики з метою їх реалізації в Україні, які будуть направлені на підвищення конкурентоспроможності як логістичних підприємств, так й країни в цілому.

Мета та завдання. *Метою даної статі є дослідження впливу інноваційних технологій на розвиток транспортної логістики в України та формування пропозицій щодо впровадження найбільш перспективних проектів в транспортно-логістичну інфраструктуру України.*

Результати. *В статті виділені основні метатренди в розвитку логістики на найближче майбутнє, а саме: 3D друк, IoT, БЛА, автономний транспорт та підземна доставка вантажів.*

Проведений аналіз ринку логістики показав, що в Україні за останні 10 років спостерігається переважно негативна динаміка у розвитку логістики: майже не використовується водний транспорт (лише 1 % загального вантажообігу), через стан доріг та обмеження руху великогабаритного транспорту лише останні роки автомобільні перевезення почали показувати позитивну динаміку, а основним видом вантажоперевезень для України все ще залишається залізничний транспорт.

Запропоновано проект логістичної інфраструктури підземної доставки вантажів для Одеського регіону та України в цілому. В рамках даного проекту проаналізовано можливість, потенційну вартість та прибуток від реалізації в Україні мережі підземних вантажоперевезень. За результатами аналізу, за рахунок прибутку від даного проекту, термін окупності складатиме 7 років, а вже через рік після впровадження проекту очікується зростання прибутку на 51 %.

Висновки. *Україна має надзвичайно вигідне геополітичне місцезнаходження, через територію країни проходить низка міжнародних транспортних коридорів, але на даний момент ступінь використання транспортної інфраструктури в Україні є досить низькою. Останні роки країна веде активну політику підтримки ініціатив розвитку Міжнародних транспортних коридорів, визначає їх створення та розвиток, як пріоритетний напрямок розвитку транспортного комплексу України. Згідно проведеного аналізу, залучення інвестицій для впровадження сучасних технологій транспортування призведе до значного зростання прибутку від вантажоперевезень й дозволить Україні зайняти лідируючі позиції на ринку логістичних послуг Європи.*

Ключові слова: *інноваційні технології в логістиці, логістичні підходи, тренди в логістиці, IOT, безпілотні літальні апарати, автономний транспорт, підземна доставка вантажів.*

Problem statement and its connection with important scientific and practical tasks. The development of the technologies of the fourth industrial revolution significantly influenced the innovative solutions in the field of transport logistics. This is the transport industry that is the sphere of logistics that is prone to changes taking place against the background of innovation changes. Significant influence on the transformation of transport logistics is made by the following technologies: technology "Big Data"; unmanned vehicles; Artificial Intelligence; robotics and services; Blocks chain technology; 3D printing technology; smart cities and homes. All these global trends affect the technological changes taking place in logistics systems, which actualizes the study and the analysis of the impact of such changes on the logistics sphere. Transport logistics was one of the first to react to systemic changes in technology and introduced elements of robotics and artificial intelligence into its operations. Against this background, the issue of prospects for the further development of Ukrainian transport logistics and the influence of the innovative component on this process are raised in the context of Ukraine's integration into European logistics infrastructure.

Analysis of recent publications on the problem. In the scientific literature, the considerable attention is paid to the issues of the development of logistic concepts, logistics systems and transport logistics. Problems of the development of the logistic concept of the country are thoroughly studied in the scientific works of domestic researchers, among which such economists as: M. Oklander [4], E. Kricavsky [2.3], N. Chukhrai made a significant contribution. So, M. Oklander [4] formed the theoretical and applied provisions

of the logistic mechanisms of adaptation of enterprises to the external environment and suggested the principles and the structure of the logistics system of the enterprise. E. Krikavsky paid special attention to the study of problems of optimization of logistics costs and the system of their estimation. [3]. In addition, foreign scientists such as Ronald Lewis [9], Michael O'Guin [10], Robert Kaplan and Thomas Johnson [11] engaged in problems of logistics systems of different levels and fields of activity. Despite the enormous contribution to the logistics theory, there is a need to explore the directions of innovative development of transport logistics in Ukraine.

Allocation of previously unsolved parts of the general problem. Problems of studying the influence of innovative processes on the development of Ukraine's transport logistics system remain unresolved. Implementation of world technological experience requires adequate technologies of management of logistics enterprises of Ukraine. Effective innovative development of transport and logistics sphere becomes possible in the conditions of formation of the newest logistic systems, and it will promote creation of a positive image of Ukrainian enterprises and the formation of a stable transport and logistic system in Ukraine.

Formulation of research objectives (problem statement). The purpose of this article is to study the impact of innovative technologies on the development of transport logistics in Ukraine and to formulate suggestions on the implementation of the most promising projects into the transport and logistics infrastructure of Ukraine.

An outline of the main results and their justification. Logistics has always evolved due to the introduction of new technologies and the increase in their efficiency. In recent years, there has been a significant breakthrough in the growth of the global market for logistics services, whose real capacity is estimated at 10.32 USD trillion in 2018. The fastest growing sector is the transport services market, which is increasing by 7 % annually starting from 2011. Moreover, 42 % of the world's transport services sector belongs to the United States, whose revenue in 2018 amounted to $ 4.8 USD trillion [5]. According to a study of EFT, the world leader in the field of business intelligence for transport, logistics and supply, based on the third party logistics (3PL - Third Party Logistics) - the concept related to the logistics of services purchase, the main trends of logistics development are the following:

1. 3D PRINT

The analysis of statistical data allowed us to conclude that more than 40 % of 3PL customers expect the company to experience 3D printing. 19.2 % of manufacturers and retailers already use 3D-printing in their business. However, only 1.5 % of them can guarantee the quality of such services.

The role of logistics. 3D printing allows you to adjust local production (decentralized), which contributes to the development of regions. This allows you to be closer to the markets. 3D printing is capable of satisfying any customer requests. This direction narrows the need to deliver goods over long distances. It stimulates the development of local markets and production sites, and, as a consequence, it fasters satisfaction of customer requests. It is no longer necessary to produce in advance and to store many spare parts for machinery, since they can be printed on demand. Only digital edition layout is required. This trend contributes to a significant reduction in inventories and, in general, revolutionizes inventory management systems.

2. INTERNET OF THINGS (IOT).

Situation market analysis has shown that 26.25 % of 3PL logistic providers currently use M2M technologies ("machine to machine"). 46.62 % plan to do this in the future. 47 % of respondents said that IOT would have a huge impact on logistics. Only 3 % deny this fact.

The role of logistics. The "Internet of Things" technology allows you to keep in touch with the production sites and to control the processes taking place on them, namely: machine performance, environmental conditions, energy performance, inventories and materials. In addition, IOT provides remote monitoring of the entire logistics process. Online stuff allows you to control the work of equipment and staff, which increases the safety and efficiency of work.

3. UAV (UNMANNED AERIAL VEHICLES)

According to conducted studies, 36 % of respondents believe that during 5-10 years there will be an unmanned form of delivery of goods and passengers. In the present, there are China-US projects directed on the creation of a cargo transportation system using UAV with appropriate logistics infrastructure. Moreover, 6.3 % of respondents assert that in 10 years this will be a common occurrence; 27.31 % believe that such a rapid appearance of unmanned shipping is unlikely; 5,88 % are sure that robotics in this field will not happen at all. However, 31 % of manufacturers and retailers would like logistic companies to use unmanned aerial vehicles to deliver products.

The role of logistics. UAVs can be successfully used for delivery in city conditions: for the first (from the starting point) and the last (final stage) miles. In rural areas, unmanned vehicles can significantly facilitate delivery to areas with underdeveloped infrastructure, where there are no roads or other means of communication. Google is already working on this in Project Wing, which is already being tested in Australia. In the future, customers will also be able to watch real-time movement of the UAV, that delivers its cargo.

4. AUTOMOBILE TRANSPORT

According to studies, 42 % of manufacturers and retailers would like the 3PL-companies to have the appropriate qualifications and experience in the management of freight transport. However, only 0.75 % of the 3PL representatives have such competencies. Only 1,5 % not only know, but also know how to manage a vehicle in a qualitatively independent manner. 12.78 % of 3PL-companies claim they have a theoretical idea of automotive delivery, of which 6.02 % have a desire to increase their competence in this area. *The role of logistics.* The main advantage of logistics is considerable savings. For example, AXA UK, an insurance company, has calculated that autonomous vehicles will help logistics to save £ 34bn [5].

5. LAND CARGO DELIVERY

Such a delivery system is already being sought by countries such as the United States, Switzerland, China and Germany. Ukraine can take foreign experience, for example, a group of scientists from Bochum (Germany) has created a capsule that will transport goods underground. It is a hermetic structure 1,6-meter-high that will transport a wide variety of goods along the metro and highways at a speed of 35-40 km / h.

The role of logistics: cost-effectiveness and the possibility of using existing underground tunnels for transportation; the presence of Ukrainian manufacturers in the field of mechanical engineering, which can provide the production of the necessary transport equipment.

The dynamics of freight traffic in Ukraine is ambiguous, as evidenced by statistical data [1] (Fig. 1).

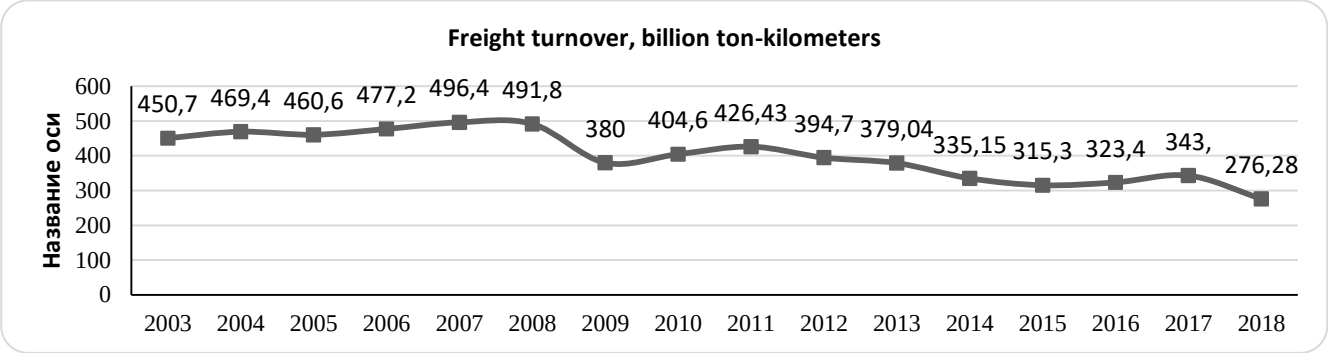

Fig. 1. Dynamics of cargo turnover in Ukraine for 2003-2018

Source: [1]

For a long time, there was a tendency to fall, but in recent years, freight turnover has begun to increase. Railways remain the most involved in the existing modes of transport in Ukraine. It takes more than half of the modern domestic logistics market. The second place belongs to road transport. Rail transport is best suited for moving large volumes of cargo over considerable distances (Fig. 2.). The intensity of its use depends, to a large extent, on the state of such industries as metallurgy and construction.

In 2018, 54 % of the tonnage of rail cargoes was made up of iron and manganese ore, coal and building materials. The role of the railways in the implementation of transit traffic is shown on Fig. 2 [1].

Volumes of auto-transportations began to recover already in 2016, and their growth have been gradually continuing till the present. The main risk factors for this industry are the state of roads and the limitation over the traffic of large-sized transport.

Analysis of the logistics market shows that the potential of water transport is not sufficiently utilized in Ukraine. It now occupies only 1 % of cargo turnover and its role continues to decrease. Meanwhile, up to 60 million tons of cargo can be transported only on the river Dnieper annually. The limiting factors are the lack of vehicles, riverbeds and high fees for the use of water infrastructure (Fig. 3) [1].

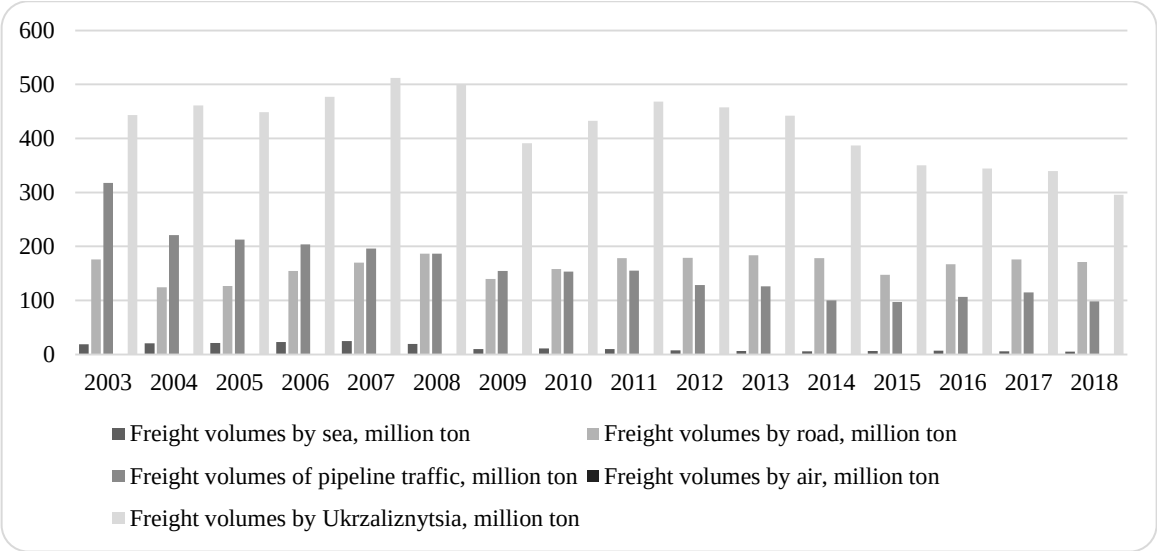

Fig 2. Volumes of cargo transportation by types of transport in Ukraine
Source: [1]

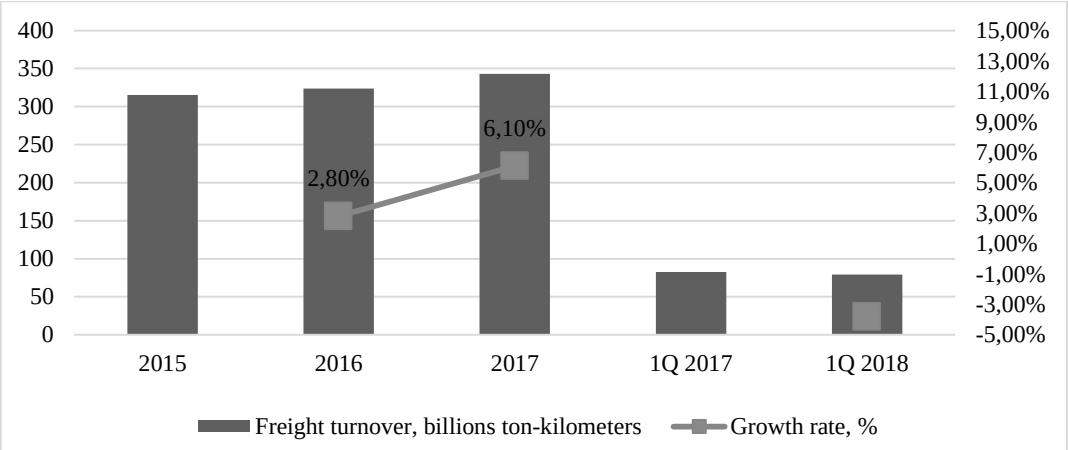

Fig. 3. Dynamics of the volume of freight in Ukraine in 2015 – 1 quarter of 2018, billion tons/km
Source: [1]

In general, according to the correlation analysis carried out in the paper, rail transport has the largest impact on the total volume of cargo transportation (R = 0.96), at the second place is water transport (R = 0.85), and at the third place- pipeline transport (R = 0.77).

In 2018, Ukraine ranked 66th of 160 countries regarding logistics efficiency, gaining 2.83 points. This is evidenced by the World Bank's rating of Logistics Performance Index 2018. Compared to the previous rating (the study is conducted once in two years), Ukraine in total moved by 14 positions (Fig. 4). Ukraine settled between Serbia and Egypt, and it became the third after Estonia (3.31 points and 36th place) and Lithuania (3.02 points and 54th place) in post-Soviet space [7].

The total ranking accumulates five areas for which research is conducted. In the section "customs procedures" Ukraine gained 2.49 points, in “infrastructure” - 2.22 points, in “international transportation of goods” - 2.83 points, in “logistics competence” - 2.84 points, in “tracking of goods” - 3.11 points, for “timeliness” of delivery - 3.42 points (Table 1).

Table 1

World Bank's Logistics Performance Index 2018

Country	Year	LPI Rank	LPI Score	Customs	Infrastructure	International shipments	Logistics competence	Tracking & tracing	Timeliness
Rwanda	2018	57	2,97	2,67	2,76	3,39	2,85	2,75	3,35
Colombia	2018	58	2,94	2,61	2,67	3,19	2,87	3,08	3,17
Bahrain	2018	59	2,93	2,67	2,72	3,02	2,86	3,01	3,29
Philippines	2018	60	2,90	2,53	2,73	3,29	2,78	3,06	2,98
Argentina	2018	61	2,89	2,42	2,77	2,92	2,78	3,05	3,37
Ecuador	2018	62	2,88	2,80	2,71	2,75	2,75	3,07	3,19
Kuwait	2018	63	2,86	2,73	3,02	2,63	2,80	2,66	3,37
Iran, Islamic R	2018	64	2,85	2,62	2,77	2,76	2,84	2,77	3,36
Serbia	2018	65	2,84	2,60	2,60	2,97	2,70	2,79	3,33
Ukraine	2018	66	2,83	2,49	2,22	2,83	2,84	3,11	3,42
Egypt	2018	67	2,82	2,60	2,82	2,79	2,82	2,72	3,19

Source: [7]

The higher the score, the stronger the position of the country in this category. Germany takes leading position in the ranking with a total score of 4.2 LPI. It is followed by Sweden, Belgium, Austria and Japan. The next top-5 are: Netherlands, followed by Singapore, Denmark, the United Kingdom and Finland (Fig. 5).

Table 2

Leaders of the World Bank's Logistics Performance Index 2018

Country	Year	LPI Rank	LPI Score	Customs	Infrastructure	International shipments	Logistics competence	Tracking & tracing	Timeliness
Germany	2018	1	4,20	4,09	4,37	3,86	4,31	4,24	4,39
Sweden	2018	2	4,05	4,05	4,24	3,92	3,98	3,88	4,28
Belgium	2018	3	4,04	3,66	3,98	3,99	4,13	4,05	4,41
Austria	2018	4	4,03	3,71	4,18	3,88	4,08	4,09	4,25
Japan	2018	5	4,03	3,99	4,25	3,59	4,09	4,05	4,25
Netherlands	2018	6	4,02	3,92	4,21	3,68	4,09	4,02	4,25
Singapore	2018	7	4,00	3,89	4,06	3,58	4,10	4,08	4,32
Denmark	2018	8	3,99	3,92	3,96	3,53	4,01	4,18	4,41
United Kingdom	2018	9	3,99	3,77	4,03	3,67	4,05	4,11	4,33
Finland	2018	10	3,97	3,82	4,00	3,56	3,89	4,32	4,28

Ukraine plays the role of a transit transport bridge connecting the countries of Europe and Asia. A number of international transport corridors pass through the territory of Ukraine: pan-European transport corridors No. 3, 5, 7, 9 (Fig. 4).

For the last 8-10 years, Ukraine has been active in supporting the European initiatives on the ITC, proposing its variants of corridors for the European Community. According to the research results of the English Institute "Rendel", in terms of the transit coefficient, Ukraine ranks first in Europe. However, today the level of the use of transport infrastructure in Ukraine is still quite low. Creation of transport corridors and their entry into the international transport system is recognized as a priority national direction of development of the transport-road complex of Ukraine.

Corridors of the Organization for the Cooperation of Railways (OSZ) Nos. 3, 4, 5, 7, 8, 10, Trans-European Transport Network (TEN-T) are represented on Fig. 5.

Fig. 4. Pan-European transport corridors

Notes: [5]

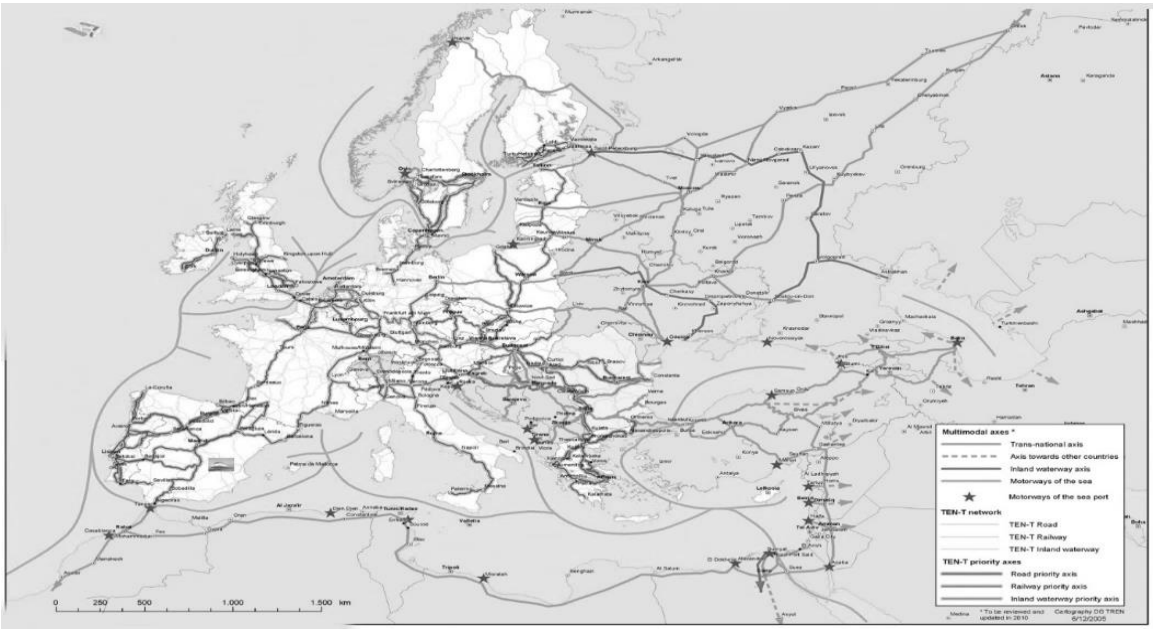

Fig. 5. Trans-European Transport Network (TEN-T)

Notes: [5]

The Trans-European Transport Network (TEN-T) is an infrastructure project of the European Union, which began in 1996. In 2016, Ukraine officially became the part of the Pan-European transport network TEN-T, which aims to improve motorways, railways, airports, inland waterways, as well as to coordinate comprehensively the entire traffic system.

In an international conference held under the leadership of the European Union in Brussels Georgia, Armenia, Azerbaijan, Kyrgyzstan, Tajikistan, Turkmenistan, Kazakhstan, and Uzbekistan agreed in May 1993 to hold an EU program aimed at developing a transport corridor from Western Europe through the

Black Sea, Caucasus, Caspian Sea to Central Asia. The program was called Traseca (the English abbreviation of the "transport corridor Europe-Caucasus-Asia") (Fig. 6). In 1996, at the conference in Athens, TRACECA program included Ukraine.

Fig. 6. Corridor Europe - Caucasus - Asia (TRACECA)

Notes: [5]

Taking into account the importance of Ukraine as a transit country and modern trends in the development of innovative technologies in logistics, it is proposed to form an underground cargo delivery system. Thus, the main suggestion for Ukraine is the creation of an automated underground cargo delivery system with digital control. This will ensure safe, reliable and timely delivery of containers, pallets and parcels through the underground tunnel transport system. Unmanned trolleys with cargoes will run along the tunnels. With the help of Internet devices, it is possible to monitor the movement of trolleys and other logistics processes. The whole system will work from renewable energy sources. This will reduce the amount of CO_2 emissions by 80 %. An underground cargo delivery can connect, for example, an airport with a factory, a warehouse with a warehouse, a warehouse with a port, and so on. At the first stage of the formation of underground delivery, it is possible to activate already existing tunnels through the use of some parts of the catacombs. In the future, transportation will be carried out between cities and countries.

The following advantages of underground cargo delivery should be noted:

1. Solving the ecological problem of large cities, caused by the work of overland transport;
2. Implementation of this project will allow to reduce by 40 % the number of lorries on Ukrainian roads;
3. Such a delivery system does not depend on external natural and climatic conditions;
4. Delivery speed will increase considerably;
5. Save the city space without change;
6. Provides an uninterrupted and efficient logistics system;
7. Improve delivery in densely populated cities through the use of small self-propelled cars that will travel underground.

Construction of one kilometer of tunnel for laying high-speed bilateral transit route will cost about 20 USD million. Construction of the stations of entry and exit from the tunnel will cost additional 70 USD million for each object. It is therefore expedient to attract investors from China. The key areas for investing in Chinese companies in the "One Belt, One Way" initiative are energy, transport infrastructure, logistics, real estate. First of all, China is interested in the New Silk Road through Ukraine which will connect Europe and Asia (Fig. 7).

Fig. 7. "New Silk Road" through Ukraine

Notes: [6]

China invests a lot of money into the development of countries along the New Silk Road (Fig. 8). By 2020, investments will reach 800 USD billion. And the annual trade between China and the participating countries will amount to 2.5 USD trillion [8]. Involving large state-owned Chinese capital in Ukraine will reduce the risk of escalating Russia military action on the territory of Ukraine and will increase the geostrategic value of Ukraine for China.

It is suggested to run this project, which will have two stages.

The first stage involves the creation of a pilot way of underground cargo delivery within Odessa, using existing tunnels (catacombs). It is planned to create three main networks, which will connect the Odessa port with three branches: with the warehouse area in the area of the market "7 km."; with airport; with the train station. Production of all components may be provided by the involvement of domestic producers to the project. It is necessary to conduct tracks, electrification of the tunnel and manufacture of railway capsules (Kryukov carriage building). Costs for the implementation of the first stage of the project are presented in Table 3.

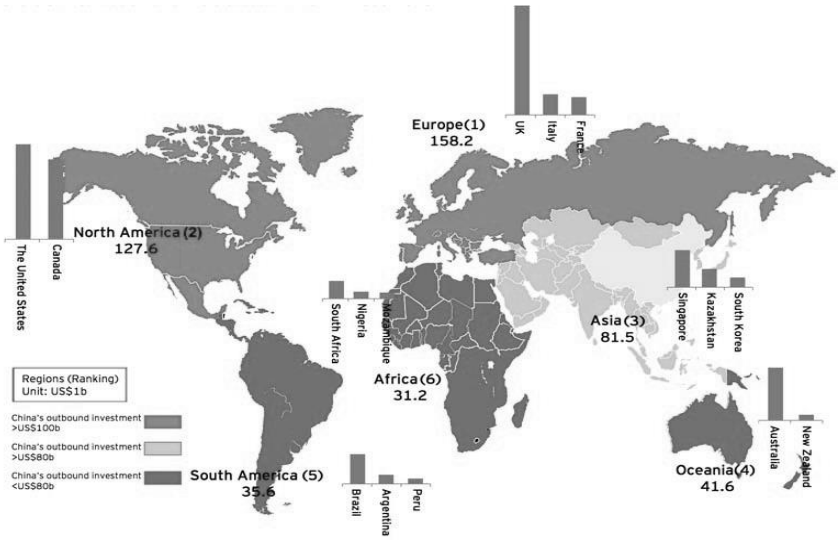

Fig. 8. China's foreign direct investment in the world

Notes: [6]

The second stage of the implementation of this project involves the formation of a system of underground cargo delivery in parallel with the passage of the Pan-Eurasian Corridor with the involvement of Chinese investors.

The estimated costs of implementing this project are presented in Table 3.

Table 3

Basic calculations for the implementation of the project for underground cargo delivery

Necessary steps for project implementation	Cost, USD mln
Stage I (for the Odessa region)	
Creating 3-way tunnels	400
Conducting tracks 20 km. length	35
Electrification of the tunnel	10
Purchase of carriage capsules	900
Total for Stage I:	1345
Income from service sales (UAH th)	1.92
Stage Payback Period	3 years
Stage II (for the Pan-Eurasian Corridor)	
Foreign investments	800000
Domestic investments	100000
Total for Stage II:	900000
Payback period of II stage	7 years

Notes: [6]

Taking into account the profit from sales and expenses for the implementation of this project, Ukraine will receive a projected profit growth of 51 % after the first year of its implementation.

The payback period of the second stage of the project, based on the ratio of growth rates of freight turnover and the costs for its implementation, will be 7 years.

Conclusions and perspectives of further research. The main problems of virtually all structural elements of logistics infrastructure in Ukraine are the high level of its physical and moral deterioration. In fact, the logistics infrastructure of all modes of transport has not been properly supported for years, it has not been updated, and now it does not meet the requirements of international logistics operators.

The development of transport infrastructure is an important factor not only in integrating Ukraine into the world economic space, but also in integrating the social and economic space of our country, which not only links the regional system of resettlement and production but also contributes to the specialization and co-operation of sub-objects of management. The modernization of logistics infrastructures, which has remained almost unchanged since the 90s of the last century, raises not only the task of replacing outdated equipment and engineering structures, but the need of their complex and systematic processing in accordance with new technologies for the processing of freight flows. Accordingly, the problems of research regarding the introduction of innovations into logistics infrastructure are actualized.

The EU's transport policy aims to promote environmental, safe and efficient mobility throughout Europe, to support the internal commodity market and to ensure the right of citizens to move freely throughout the EU. According to the new EU infrastructure strategy, transport sector funding will triple by 2020 and will reach 26 billion euros. At the same time, the financing of the transport sector will be reoriented to a clearly marked new core network, which will form the basis of the transportation system within the single European market. Its implementation will be facilitated by the creation of 9 major transport corridors that will be joined by EU Member States and stakeholders, which will allow concentration of scarce resources and achieving concrete results. This is a positive decision for Ukraine, since three of these nine transport corridors go to the borders of our country, and we can participate in joint projects for their development, including the implementation of underground logistics.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державна служба статистики України [Електронный ресурс]. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/

2. Крикавський Є.В. Нова парадигма логістики: стратегічний статус // Наукові праці ДонНТУ. Серія Економічна, № 4(48), 2014. с. 240-247.

3. Крикавський Є.В., Довба М.О., Костюк О.С., Шевців Л.Ю.До теорії оптимізації логістичних витрат // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2004. № 5(64). С. 142-154.

4. Окландер М.А. Логістична система підприємства: [Монографія]. Одеса: Астропринт, 2004. 312с. [Електронний ресурс] URL : http://oklander.info/?p=282.

5. Особливості розвитку світового ринку логістичних послуг [Електронний ресурс]. URL : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/34.pdf.

6. «Один пояс, один шлях»: глобальний геоекономічний проект Китаю. [Електронний ресурс] URL : http://sinologist.com.ua/odin-poyas-odin-shlyah-globalnij-geoekonomichnij-proekt-kitayu/.

7. Рейтинг Світового Банку [Електронний ресурс] URL : https://lpi.worldbank.org/international/global. [in Russian].

8. Шваб К. Четвёртая Промышленная Революция. Москва : ЭКСМО, 2016. 138 с.

9. Ronald L. Lewis. Activity-Based Costing for Marketing and Manufacturing. Westport, Conn. : Quorum Books, 1993.

10. Michael C.O`Guin. The Complete Guide to Activity-Based Costing. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1991.

11. Robert S. Kaplan and H. Thomas Johnson. Relevance Lost: The Rise and Fall of Management Accounting. Boston: Harvard Business School Press, 1987.

REFERENCES

1. Derzhavna sluzhba staty`sty`ky [Ukrayiny State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/. [in Ukrainian].

2. Krykavsky E.V., Dovbakh N.A., Kostyuk A.S. and Shevtsiv L.Y. (2004) Do teorii optymizatsii logistychnych vytrat [The theory of optimization of logistics costs]. Visnyk Sumskogo derzhovnogo universytetu. Seria Ekonomika, 5 (64), pp. 142-154. [in Ukrainian].

3. Krykavsky E.V. (2014) Nova paradygma logistyky: strategichnyi status [The new paradigm logistics: strategic status]. Naukovi pratsi DonNTU. Seria Ekonomichna, 4(48), pp. 240-247. [in Ukrainian].

4. Oklander M.A. (2004) Logistichna systema pidpryiemstv (The monografia) [Logistic Enterprises]. Odesa: Astroprint, p.312 [in Ukrainian].

5. Osobly`vosti rozvy`tku svitovogo ry`nku logisty`chny`x poslug [Features of development of the world market of logistic services]. Retrieved from http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/34.pdf. [in Ukrainian].

6. Ody`n poyas, ody`n shlyax: global`ny`j geoekonomichny`j proekt Ky`tayu [One belt, one way: the global geo-economic project of China]. Retrieved from http://sinologist.com.ua/odin-poyas-odin-shlyah-globalnij-geoekonomichnij-proekt-kitayu/. [in Ukrainian].

7. Rejty`ng Svitovogo Banku [World Bank rating]. Retrieved from https://lpi.worldbank.org/international/global. [in Russian].

8. Shvab K. (2016). Chetvjortaja Promyshlennaja Revoljucija [The Fourth Industrial Revolution]. Moskva: JeKSMO. [in Russian].

9. Ronald L.Lewis (1993) Activity-Based Costing for Marketing and Manufacturing. Westport, Conn.: Quorum Books. [in English].

10.Michael C.O`Guin (1991) The Complete Guide to Activity-Based Costing. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. [in English].

11.Robert S. Kaplan and H. Thomas Johnson (1987). Relevance Lost: The Rise and Fall of Management Accounting. Boston: Harvard Business School Press. [in English].

ЕКОНОМІЧНІ ІННОВАЦІЇ

ECONOMIC INNOVATIONS

Том 21, Випуск 1(70)
Volume 21, Issue 1(70)

Формат.
Гарнітура.
Умов. друк. арк.
Обл.-вид. арк.
Тираж прим.
Зам. № від

Адреса редакції:
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
Французький бульвар 29, м. Одеса-44, 65044, Україна
Тел.: (048) 722-66-11, 743-89-27
E-mail: ei.journal.impeer@gmail.com
Сайт: http://ei-journal.com

Editorial address:
Institute of market problems and economic & ecological research of the National Academy of sciences of Ukraine
Frantsuzskiy Boulevard, 29, Odessa, Ukraine
Tel. (048) 722-66-11, 743-89-27
E-mail: ei.journal.impeer@gmail.com
Sait: http://ei-journal.com

Віддруковано:
Друкарня
Тел.:
Сайт: