



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 2/2'2019

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних і юридичних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. №1328 (економічні науки), Наказ Міністерства освіти і науки України від 11 липня 2016 р. № 820 (юридичні науки). Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Рішення Аудиторської палати України від 21.12.2017 № 353/10 (фахове видання з обліку та аудиту).

Журналу присвоєно міжнародний ідентифікаційний номер ISSN 2409-1944.

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Таврійським національним університетом ім. В.І. Вернадського та Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії внутрішніх справ України (Протокол № 4 від 12 лютого

2019 р.) та Вченою Радою Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського (Протокол № 5 від 14 лютого 2019 р.). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 25.02.2019

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

Е-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua



Суб'єкт видавничої
справи

© "Аналітик", 2019
© "Економіка. Фінанси. Право",
2019

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес
центр"

Керівник редакційної колегії з економічних наук:

Бутинець Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, головний науковий співробітник Наукової лабораторії з проблем кримінальної поліції навчально-наукового інституту № 1 Національної академії внутрішніх справ, м. Київ

Члени редакційної колегії з економічних наук:

Бондар Валерій Петрович, д.е.н., керуючий партнер аудиторської фірми "HLB UKRAINE", член Ради Аудиторської палати України, член ФПБАУ

Величко Олена Георгіївна, радник першого віце-прем'єр міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України

Вініченко Ігор Іванович, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Даций Олександр Іванович, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи Міжрегіональної Академії управління персоналом (МАУП), Заслужений працівник освіти України

Іванюта Василь Фалимонович, д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту Полтавського університету економіки і торгівлі

Клименюк Микола Миколайович, д.е.н., професор, завідувач кафедрою менеджменту та міжнародних економічних відносин Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського

Левченко Валентина Петрівна, д.е.н., член Ради нагляду за аудиторською діяльністю Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю, директор ВПГО «Спілка аудиторів України»

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, вчений секретар Державного підприємства «Науково-дослідний і проектний інститут містобудування»

Невелєв Олександр Михайлович, д.е.н., доцент

Потишняк Олена Миколаївна, д.е.н., доцент, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Редько Олександр Юрійович, д.е.н., перший проректор з науково-педагогічної роботи, професор, академік НАСОН

Сук Петро Леонідович, д.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування, Відокремлений підрозділ Націо-

нального університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»

Ткаченко Сергій Анатолійович, д.е.н., доцент, в.о. ректора Вищого навчального закладу "Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»"

Царенко Оксана В'ячеславівна, д.е.н., професор, завідувач кафедрою обліку та аудиту, Навчально-науковий інститут управління, економіки та природокористування Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського

Керівник редакційної колегії з правових наук:

Константинов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративної діяльності НАВС

Члени редакційної колегії з правових наук:

Бичкова Світлана Сергіївна, д.ю.н., професор, завідувач кафедри цивільного права і процесу Національної академії внутрішніх справ, полковник поліції

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри оперативного-розшукової діяльності Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України, полковник поліції

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., професор, Київський кооперативний інститут бізнесу і права, економіко-правовий коледж, кафедра права

Джужа Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, головний науковий співробітник відділу організації науково-дослідної роботи Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України

Клименко Олена Вікторівна, д.н.держ.упр., к.ю.н., доцент, завідувачка кафедрою конституційного і міжнародного права Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського

Копан Олексій Володимирович, д.ю.н., професор, провідний науковий співробітник наукової лабораторії з проблем досудового розслідування навчально-наукового інституту № 1

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, член відділу цивільно-правових наук Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф.Г. Бурчака НАПрН України, заслужений діяч науки і техніки України

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., доцент, професор кафедри цивільного та кримінального права і процесу Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного права та соціально-гуманітарних дисциплін, Інститут права та суспільних відносин Університету "Україна". Заслужений юрист України.

Шеф-редактор:

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління Аудиторської фірми "Аналітик", Заслужений юрист України

Технічний редактор:

Куцяк Олександр Анатолійович

Випусковий редактор:

Туманян Анна Оганесівна

ЗМІСТ

А.А. БРОЯКА, Р.О. ЛУКІЯНЕНКО. Тенденції розвитку ринку праці України в сучасних умовах	4
В.В. ІГНАТЮК, Л.Л. СНІЖКО, Л.М. ГУРЧ. Організація Інтернет-маркетингу підприємств автотранспортних послуг	10
Ю.М. МЕЛЬНИК. Оцінка конкурентоспроможності продукції промислової галузі національної економіки	14
Н.В. СОЛОВЕЙ, Т.С. ЧАЙКОВСЬКА. Роль економічного аналізу основних засобів у діяльності підприємства	19
С.А. ТКАЧЕНКО, О.М. ПОТИШНЯК. Аподиктична атрибуція фактичного розміру витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів (норм) продукції	22
А.В. ЗАДОРЖНА, І.І. НАКОНЕЧНА. Сучасний стан та динаміка зовнішньої торгівлі України	25

БРОЯКА

Антоніна Анатоліївна
broyaka@ysau.vin.uaк.е.н., доцент, Вінницький
національний аграрний
університет

УДК 331.5-027.1(477)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРАЦІ
УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХTENDENCIES OF THE LABOR MARKET
DEVELOPMENT IN UKRAINE UNDER
THE MODERN CONDITIONS

ЛУКІЯНЕНКО

Роман Олегович
dodgeram35005230@gmail.comстудент, Вінницький
національний аграрний
університет

У статті розглянуто загальну економічну ситуацію, що склалася на ринку праці України, виявлено основні тенденції його розвитку. Проаналізовано динаміку найважливіших показників ринку праці – рівнів зайнятості та безробіття як на всій території країни, так і окремо у регіонах. Дослідження показало, що чисельність економічно активного населення, а також зайнятих невинно скорочується. Чисельність безробітних також скорочується, однак їхня частка у структурі економічно активного населення зростає, що обумовлено рядом чинників, проаналізованих у статті. Значну увагу приділено проблемі трудової міграції, розглянуто її причини та структуру. Запропоновано основні заходи реформування ринку праці, що сприятимуть покращенню умов його функціонування.

* * *

В статье рассмотрена общая экономическая ситуация, сложившаяся на рынке труда Украины, выявлены основные тенденции его развития. Проанализирована динамика важнейших показателей рынка труда – уровней занятости и безработицы на всей территории страны, так и отдельно в регионах. Исследование показало, что численность экономически активного населения, а также занятых постоянно сокращается. Численность безработных также сокращается, однако их доля в структуре экономически активного населения растет, что обусловлено рядом факторов, проанализированных в статье. Значительное внимание уделено проблеме трудовой миграции, рассмотрены ее причины и структура. Предложены основные мероприятия реформирования рынка труда, способствующие улучшению условий его функционирования.

* * *

Introduction. The labor market occupies one of the central places in ensuring sustainable socio-economic development in Ukraine, since it is an integral component of a market economy, which ensures the allocation and re-allocation of societal labor across industries, types and forms of economic activity in the territorial space, according to the criterion of the most efficient use of labor potential of households, enterprises, region, country, and in accordance with the structure of public needs and forms of ownership.

The **purpose** of the article is to analyze the current state and dynamics of the labor market development in Ukraine, to identify the main problems and to provide suggestions for their solution.

Results. The article deals with the general economic situation on the labor market of Ukraine. The main tendencies of its development are revealed. The dynamics of the most important indicators of the labor market - the employment and unemployment rates both in the whole territory of the country and separately in the regions are analyzed. The study showed that the number of economically active population, as well as those employed, is constantly decreasing. The number of unemployed is also declining, but their part in the structure of the economically active population is growing, due to a number of factors analyzed in the article. Considerable attention is paid to the problem of labor migration; its causes and structure are reviewed.

Conclusion. The main measures for reforming the labor market are suggested, contributing to the improvement of the conditions for its functioning. The main areas for reforming the labor market in Ukraine are: improvement of the system of remuneration; social support of certain groups of the population; stimulation by the state of small and medium business development; improvement of normative and legal regulation; reduction of tax burden on enterprises; development of an active state social and economic policy aimed at attracting young people and graduates of higher educational institutions. The direction of activity in these areas will help to successfully overcome the crisis phenomena that have developed in the labor market.

Ключові слова: ринок праці, економічно активне населення, зайнятість, безробіття, міграція

Ключевые слова: рынок труда, экономически активное население, занятость, безработица, миграция

Keywords: labor market, economically active population, employment, unemployment, migration

ВСТУП

Забезпечення сталого соціально-економічного розвитку в Україні, що сприятиме наближенню його рівня до країн Європейського Союзу, пов'язане із вирішенням ряду стратегічних питань, як розбудова сучасної соціально-орієнтованої економіки, відродження національного виробництва, гарантування соціальної захищеності населення. Ринок праці займає одне із цент-

ральних місць у вирішенні даних гострих проблем на практиці, оскільки є невід'ємною складовою ринкової економіки, що забезпечує розподіл та перерозподіл суспільної праці по галузях, видах та формах господарської діяльності, в територіальному просторі, за критерієм максимально ефективного використання трудового потенціалу домогосподарств, підприємств, регіону, країни, та у відповідності із структурою

суспільних потреб та форм власності [3].

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Проблеми розвитку ринку праці України, методи його регулювання, безробіття та його наслідки, формування та використання трудових ресурсів досліджували такі вітчизняні науковці як: О. Амосов, Т. Балановська, Д. Богиня, А. Корнійчук, С. Курлицький, І. Мельник, Н. Правдюк та інші. Незважаючи на глибоке та систематичне дослідження науковцями даного напрямку, питання розвитку ринку праці, зважаючи на масову трудову міграцію, військовий конфлікт на Сході країни, анексію Криму та інші соціально-економічні проблеми, залишається актуальним.

МЕТОЮ СТАТТІ є аналіз сучасного стану та динаміки розвитку ринку праці України, визначення основних проблем та надання пропозицій щодо їх вирішення.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для проведення дослідження було використано системний підхід, а також застосовано ряд загальнонаукових та специфічних методів пізнання: діалектичний, абстрактно-логічний, аналізу і синтезу, статистико-економічний, порівняння, узагальнення, табличний, графічний тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

Ринок праці – це суспільно-економічна форма руху трудових ресурсів. Як економічна категорія, ринок праці, представляє собою систему виробничих відносин між працівниками, підприємцями та державою, з одного боку, з приводу обміну індивідуальної здібності до праці на фонд засобів, необхідних для відтворення робочої сили, а з іншого – з приводу розміщення продуктивних сил в системі суспільного розподілу праці, дотримуючись законів товарного виробництва та обороту. Ринок праці не може аналізуватися ізольовано від типу економічної системи, тобто сукупності всіх економічних процесів і явищ, що відбуваються у суспільстві на основі діючих майнових відносин та організаційних форм. Ринок праці є похідним від цієї моделі, а його регулятори – органічна складова системи господарювання [13]. Тому, економіка України, що знаходиться в процесі приведення у відповідність до вимог та критеріїв вступу до Європейського Союзу, має сформувати адекватний ринок праці, що втілює значною мірою елементи цієї економічної моделі.

Проблеми зайнятості населення та розвитку ринку праці в Україні регулярно привертають увагу не тільки експертного середовища, а й політиків та ЗМІ. Адже питання зайнятості населення, заробітної плати та інших аспектів розвитку ринку праці знаходяться у сфері не лише суто економічних, а й соціально-політичних інтересів широкого загалу [6], у зв'язку з чим часто згадуються у політичних ток-шоу та передвиборчих програмах.

Функціонування вітчизняного ринку праці залежить не лише від стану економіки України, а й від попиту та пропозиції робочої сили у Європі та інших країнах світу. Не зважаючи на зростання реального ВВП в останні роки (ВВП в цінах попереднього року в 2015 р. склав 1431,8 млрд. грн., у 2016 р. – 2037,1 млрд. грн., у 2017 р. – 2444,2 млрд. грн., а за 3 квартал 2018 р. вже конята-

товано 2243,2 млрд. грн.) [4], у країні спостерігається певне загострення економічної ситуації, що характеризується наступними чинниками: фінансовою нестабільністю; підвищенням цін, яке не компенсується відповідним зростанням заробітних плат, пенсій та інших соціальних виплат; нарощуванням соціально-економічної нерівності; скороченням доходів та видатків держбюджету; дискредитацію права тощо. Як наслідок, сучасний стан ринку праці в Україні теж характеризується переважно негативними тенденціями: скорочується чисельність зайнятих осіб, триває процес закриття підприємств, зокрема через звуження сфери підприємницької діяльності, прогресує міграція найбільш активної частини населення за кордон, значно збільшується рівень внутрішньої, в тому числі вимушеної міграції населення [7]. У таких умовах, одержання Україною безвізового режиму із країнами Європейської спільноти ще більше загострило проблему відтоку трудових ресурсів в продуктивному віці за межі країни.

Зайнятість – це один із найвагоміших параметрів ринку праці, що визначає соціально-економічний розвиток країни. Ефективною вважається зайнятість, що забезпечує належний дохід, здоров'я, зростання освітнього й професійного рівнів для кожного члена суспільства на основі підвищення суспільної продуктивності праці. В сучасних умовах дослідження проблеми зайнятості набуває нового теоретичного та практичного бачення, її вирішення означає створення ефективної економіки, здатної забезпечити соціальний прогрес суспільства [8].

Зайняті та безробітні за методологією МОП є складовими економічно активного населення. Скорочення зайнятості обумовлюється, серед інших причин, також і зменшенням економічно активного населення, причиною чого є скорочення чисельності населення (у 2010 р. – 45,9 млн. осіб, у 2015 р. – 42,9 млн. осіб, у 2016 р. – 42,7 млн. осіб, у 2017 р. – 42, 5 млн. осіб, у 2018 – 42,3 млн. осіб), старіння суспільства, відтік молоді за кордон на навчання з подальшим працевлаштуванням, звужене відтворення населення (нетто-показник становив 0,715 у 2015 р., 0,697 у 2016 р., 0,656 у 2018 р.) [4], тощо.

Наведені у табл. 1 дані свідчать, що характерною особливістю національного ринку праці за період з 2010 по 2017 рр. є значне падіння чисельності економічно активного населення у віці 15-70 років відповідно з 20894,1 тис. осіб до 17854,4 тис. осіб. Особливо глибоке падіння рівня економічної активності спостерігалось у 2014 р. порівняно з 2013 р. – з 64,9 % до 62,4 %, що було пов'язане з початком військового конфлікту, втратою частини території та загальним економічним спадом. Якщо розглядати зайняте населення у структурі населення працездатного віку, то тут спостерігається наступна ситуація: протягом досліджуваного періоду найвищий показник зайнятості – 17889,4 тис. осіб у 2013 р., далі в динаміці по роках найнижчий стан показника у 2015 р. – 15442,0 тис. осіб і спостерігається скорочення кількості зайнятого населення. Починаючи з 2014 по 2017 р. складна політична та економічна ситуація в Україні спричинила значний спад кількості зайнятого населення, більш ніж на 1692,2 тис. осіб. Проте, у 2018 р. спостерігалися позитивні тенденції стосовно зростання зайнятості та скорочення безробіття.

Таблиця 1

Динаміка економічно активного населення України у 2010-2018 рр.

[сформовано за даними Державної служби статистики України]

Роки	Економічно активне населення				у тому числі зайняте населення			
	у віці 15-70 років		працездатного віку		у віці 15-70 років		працездатного віку	
	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до населення відповідної вікової групи
2010	20 894,1	63,6	19 164,0	71,9	19 180,2	58,4	17 451,5	65,5
2011	20 893,0	64,2	19 181,7	72,6	19 231,1	59,1	17 520,8	66,3
2012	20 851,2	64,5	19 317,8	72,9	19 261,4	59,6	17 728,6	66,9
2013	20 824,6	64,9	19 399,7	72,9	19 314,2	60,2	17 889,4	67,3
2014	19 920,9	62,4	19 035,2	71,4	18 073,3	56,6	17 188,1	64,5
2015	18 097,9	62,4	17 396,0	71,5	16 443,2	56,7	15 742,0	64,7
2016	17 955,1	62,2	17 303,6	71,1	16 276,9	56,3	15 626,1	64,2
2017	17 854,4	62,0	17 193,2	71,5	16 156,4	56,1	15 495,9	64,5
2018 ¹	17 957,8	62,6	17 292,1	72,7	16 408,5	57,2	15 743,6	66,2

¹ – дані за січень-вересень 2018 р.

За даними Державної служби зайнятості України, чисельність зайнятого населення за 9 місяців 2018 р., порівняно з 9 місяцями 2017 р., зросла на 185 тис. і становила 16,4 млн. осіб. На всій території України рівень зайнятості у 2018 р. зріс з 56,3 % до 57,2 % порівняно з 2017 [11]. Проте, не варто забувати, що це дані лише за 9 місяців, а не середньорічні, і включають сезонних працівників, тому уточнені річні показники економічно активного та зайнятого населення в середньому за 2018 р. очкуються нижчі.

Зайнятість населення є неоднорідною по всій території України, тому варто проаналізувати регіони окремо. Найбільш суттєве зростання за 9 місяців 2018 р. відбулося у Запорізькій (з 55,5 % до 56,8 %), Тернопільській (з 51,4 % до 52,8 %), Рівненській (з 55,3 % до 57,0 %) та Луганській (з 55,2 % до 57,2 %) областях. Найвищий рівень зайнятості спостерігався у м. Києві (62,7 %), Харківській (61,8 %), Дніпропетровській (58,9 %), Сумській (58,8 %) та Київській (58,5 %) областях, а найнижчий – у Тернопільській (52,8 %), Донецькій (50,0 %) та Волинській (49,6 %) областях [11].

Згідно з даними табл. 2, протягом 2013-2017 рр. спостерігається значний спад зайнятості у всіх сферах економічної діяльності, і тільки у сфері державного управління та оборони відбулося зростання на 17,4 тис. осіб, що обумовлене військовим конфліктом. Найбільша кількість зайнятого населення за останні роки спостерігалась у оптовій та роздрібній торгівлі, сільському господарстві та промисловості (у 2017 р. їхня частка становила 21,82 %, 17,71 % та 15,11 % відповідно). Найнижчі показники зайнятості у сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку, фінансовій та страховій діяльності, нерухомого майна (у 2017 р. – 1,24 %, 1,34 % та 1,56 % відповідно). Найбільше протягом аналізованого періоду втратили працівників у відносному значенні сфери фінансової та страхової діяльності, будівництва та промисловості (на 29,49 %, 23,4 % та 23,01 % відповідно), а в абсолютному значенні – сфери оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів та автомобілів, промисловості та сільського, лісового та рибного господарства (на 743,7 тис. осіб, 729,4 тис. осіб, 528,3 тис. осіб відповідно), виходячи з чого, можна

зробити висновок, що найбільш напружена ситуація щодо зайнятості населення у сфері промисловості.

Не менш важливим показником в аналізі ринку праці є рівень безробіття. Безробіття – це соціально-економічне явище, при якому частина економічно активного населення не зайнята у сфері економіки. Часто безробіття розуміється як перевищення пропозиції робочої сили над попитом на неї. Співвідношення попиту і пропозиції на ринку праці – це його кон'юнктура, її визначають: фінансово-економічний стан галузей, що там розвиваються, їх організаційна структура, рівень техніко-технологічного розвитку, соціальний рівень життя населення, стан соціальної та виробничої інфраструктури тощо [5]. Однак, причини безробіття значно ширші – це і невідповідність структури наявних вільних робочих місць кваліфікації безробітних, і скорочення виробництва, і неналежного рівня трудові умови та заробітна плата, що підштовхує людей до звільнення, і приховане безробіття, неофіційне працевлаштування та багато інших. На рис. 1 відображені причини незайнятості населення. Найбільша частка у структурі безробітних (36,5 %) – це звільнені за власним бажанням, 21,1 % – вивільнені з економічних причин, 9,9 % – не працевлаштовані після закінчення навчання, що, в свою чергу, вимагає у перспективі від закладів освіти перегляду спеціальностей, які вони пропонують, та їхніх ліцензованих обсягів.

Згідно із методологією МОП, до безробітних відносяться особи віком 15-70 років (zareєстровані та незареєстровані в державній службі зайнятості), які одночасно відповідають трьом основним умовам:

1) не мали роботи (прибуткового заняття);

2) активно шукали роботу або намагались організувати власну справу впродовж останніх 4-х тижнів, що передували опитуванню, тобто робили конкретні кроки протягом останніх чотирьох тижнів з метою знайти оплачувану роботу за наймом чи на власному підприємстві;

3) були готові приступити до роботи впродовж 2-х найближчих тижнів, тобто почати працювати за плату за наймом або на власному підприємстві.

До категорії безробітних відносяться також особи,

які не шукають роботу через те, що вже її знайшли і мають домовленість про початок роботи через певний проміжок часу, а також проходять навчання за направленням державної служби зайнятості населення [3].

У табл. 3 наведені дані щодо динаміки чисельності

безробітного населення України впродовж 2010 – 2018 рр., аналізуючи які, можна зробити висновок що найменший рівень безробіття припав на 2013 р. і сягав трохи більше 1,5 млн. осіб, що становило 7,8%. Найвищий показник – майже 1,85 млн. осіб у 2014 р.

Таблиця 2

Динаміка зайнятості населення України за видами економічної діяльності у 2013-2017 рр., тис. осіб

[обраховано за даними Державної служби статистики України]

Показники	2013	2014	2015	2016	2017	Структура зайнятості у 2017 р., %	2017 до 2013	
							+/-	%
Усього зайнято	19314,2	18073,3	16443,2	16276,9	16156,4	100,00	-3157,8	83,65
Сільське, лісове та рибне господарство	3389,0	3091,4	2870,6	2866,5	2860,7	17,71	-528,3	84,41
Промисловість	3170,0	2898,2	2573,9	2494,8	2440,6	15,11	-729,4	76,99
Будівництво	841,1	746,4	642,1	644,5	644,3	3,99	-196,8	76,60
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	4269,5	3965,7	3510,7	3516,2	3525,8	21,82	-743,7	82,58
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	1163,6	1113,4	998	997,2	991,6	6,14	-172	85,22
Тимчасове розміщування й організація харчування	328,9	309,1	277,3	276,7	276,3	1,71	-52,6	84,01
Інформація та телекомунікації	299,9	284,8	272,9	275,2	274,1	1,70	-25,8	91,40
Фінансова та страхова діяльність	306,2	286,8	243,6	225,6	215,9	1,34	-90,3	70,51
Операції з нерухомим майном	314,3	286,1	268,3	255,5	252,3	1,56	-62	80,27
Професійна, наукова та технічна діяльність	493,6	456	422,9	428,1	415,8	2,57	-77,8	84,24
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	343,3	334,3	298,6	304,3	297,9	1,84	-45,4	86,78
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	962,3	959,5 2	974,5 2	973,1	979,7	6,06	17,4	101,81
Освіта	1611,2	1587,7	1496,5	1441,4	1423,4	8,81	-187,8	88,34
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1171,8	1150,5	1040,7	1030,4	1013,6	6,27	-158,2	86,50
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	226,5	221,2	207,9	201,6	199,8	1,24	-26,7	88,21
Інші види економічної діяльності	423,0	382,2	344,7	345,8	344,6	2,13	-78,4	81,47



Рис. 1. Структура безробітного населення в Україні станом на 1.01.2019 за причинами незайнятості [побудовано за [8]]

Таблиця 3

Динаміка безробіття в Україні у 2010-2018 рр. [сформовано за даними Державної служби статистики України]

Роки	безробітне населення (за методологією МОП)			
	у віці 15-70 років		працездатного віку	
	у середньому, тис. осіб	у % до економічно активного населення відповідної вікової групи	у середньому, тис. осіб	у % до економічно активного населення відповідної вікової групи
1	2	3	4	5
2010	1 713,9	8,2	1 712,5	8,9

Продовження табл. 3

1	2	3	4	5
2011	1 661,9	8,0	1 660,9	8,7
2012	1 589,8	7,6	1 589,2	8,2
2013	1 510,4	7,3	1 510,3	7,8
2014	1 847,6	9,3	1 847,1	9,7
2015	1 654,7	9,1	1 654,0	9,5
2016	1 678,2	9,3	1 677,5	9,7
2017	1 698,0	9,5	1 697,3	9,9
2018 ¹	1 549,3	8,6	1 548,5	9,0

¹ – дані за січень-вересень 2018 р.

Як уже зазначалося, у 2018 р. спостерігалось незначне покращення ситуації на ринку праці. Так, чисельність безробітних в Україні в минулому році становила майже 1,55 млн. осіб, тобто 8,6 % від економічно активного населення, що на 0,9 % менше ніж у попередньому році.

Скорочення рівня безробіття відбулося в усіх регіонах. Найнижчий рівень безробіття спостерігався у Харківській (5,1 %), Київській (6,1 %), Одеській (6,1 %) областях та місті Києві (6,0 %), а найвищий – у Полтавській (11,1 %), Волинській (11,3 %), Кіровоградській (11,5 %), Донецькій (14,0 %) та Луганській (15,1 %) областях [11].

Не зважаючи на зниження рівня безробіття у 2018 р., показник 8,6 % все одно залишається великим. Так, наприклад, даний показник за серпень 2018 р. у Чехії склав 2,5 %, у Німеччині та Польщі – 3,4 %. Але він значно менший ніж у Греції та Іспанії, показники яких склали 19,1 % і 15,2 % відповідно. Загалом у Європейському Союзі рівень безробіття склав 6,8 % – повідомляє Євростат [1]. Для об'єктивності потрібно зазначити, що даний показник є рекордно низьким. Раніше такий рівень безробіття на всій території ЄС спостерігався у 2008 р..

Структура зареєстрованих безробітних станом на 1 січня 2019 р. в розрізі вікових категорій зображена на рис 2. З графіка видно що найбільша частка безро-

бітних припадає на вік від 35 до 45 років, найменша – до 25. Причому, 44 % зареєстрованих безробітних мали вищу освіту, 37 % – професійно-технічну, і лише 19 % – загальну середню освіту.

Економічна криза є основною причиною зовнішньої трудової міграції. Немоżliвість працевлаштування або незадовільні умови праці всередині своєї країни примушує людей шукати вигідніші пропозиції. Це стосується людей абсолютно всіх соціальних верств: і безробітних, і фахівців із високим рівнем навичок, що шукають кар'єрного зростання і кращих умов для соціально-економічного та професійного розвитку [2].

Закон України «Про зовнішню трудову міграцію» визначає, що трудова міграція – це переміщення громадян України, пов'язане з перетинанням державного кордону для здійснення оплачуваної діяльності в державі перебування [10].

У 2015-2017 рр. за кордоном працювали 4 млн. громадян України, що складає близько 16 % працездатного віку і одночасно закордоном перебувало 2,6-2,7 млн. осіб. Такими є висновки дослідження Центру економічної стратегії [12]. 34 % українців, які їздили за кордон у ці роки, – «маятникові мігранти»; близько 20 % – довгострокові мігранти, 20 % – короткострокові мігранти. Виїхали з України всією родиною близько 100 тис. осіб. Приблизно 563 тис. осіб (14%) поїхали за кордон, але потім повернулися.

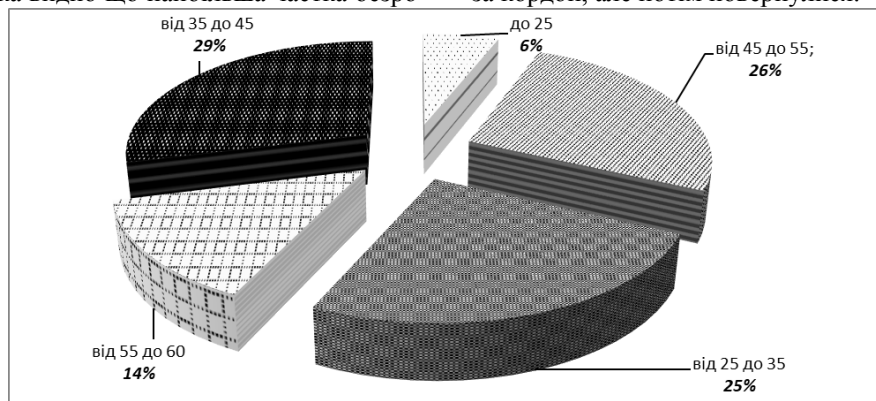


Рис. 2. Структура зареєстрованих безробітних за віковими категоріями в Україні станом на 1 січня 2019 р. [11]

Найбільше українських трудових мігрантів зосереджено у двох сусідніх країнах – Польщі та Росії. Після 2014 р. частина мігрантів переорієнтувалася на західний напрямок, зокрема до Польщі, на яку припадає майже 40 % українських заробітчан у 2017 р. (порівняно з 14 % у 2012 р.). Чверть українців працювала у Росії, ще 11 % – в Італії, 9% – у Чехії. Інші

значні напрямки трудової еміграції (від 1 % до 2 %) – Білорусь, Португалія, Угорщина, Ізраїль, Фінляндія.

Найбільш поширеною сферою зайнятості українців закордоном є будівництво (39 %) та робота у домогосподарствах (16,4 %). Зайнятість українських мігрантів у інших сферах, як-от сільське господарство, промисловість, торгівля та сфера послуг, зросла останніми

роками здебільшого за рахунок змін у структурі зайнятості Польщі.

Більше половини вітчизняних трудових мігрантів – особи молодого працездатного віку (від 15 до 40 років) з професійно-технічною або середньою освітою. Трудові мігранти загалом менш освічені, ніж зайняте населення України. У 2015-2017 рр. за різними опитуваннями від 16 % до 37 % емігрантів мали вищу освіту, тоді як в Україні частка зайнятого населення з вищою освітою складає 48 % [12].

ВИСНОВКИ

Інтернаціоналізація та глобалізація світової економіки, набуття нашою країною статусу асоційованого члена ЄС на перший план висувають завдання формування системи державного управління, здатної своєчасно та адекватно реагувати на ті виклики соціально-економічного буття, що диктуються його переходом до якісно вищого рівня суспільного розвитку – пост-індустріального. Сьогодні, як ніколи раніше, стає очевидним той факт, що розбудова справедливої, успішної та соціально відповідальної держави неможлива без ефективного використання її людського ресурсу [9, с. 7]. Проаналізувавши сучасну ситуацію на ринку праці України, можна зробити висновок про те, що він потребує глибокого реформування. Основними напрямками, за якими необхідно здійснювати реформування є:

- вдосконалення системи оплати праці;
- соціальна підтримка окремих груп населення;
- стимулювання державою розвитку малого та середнього бізнесу;
- удосконалення нормативно-правового регулювання;
- зменшення податкового навантаження на підприємства;
- розробка активної державної соціально-економічної політики, направленої на залучення молоді та випускників вищих навчальних закладів.

Спрямовання діяльності у даних напрямках допоможе успішно подолати кризові явища, які склалися на ринку праці.

Список використаних джерел

1. Newsrelease. Euroindicators. Eurostat. 2018. № 150.
2. Бурачек І.В., Грибовський М.М. Економічний ефект трудової міграції в Україні. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2017. № 3. С. 233-237.
3. Волкова О.В. Ринок праці. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 624 с.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Корнійчук А.М., Костунець Т.А. Перспективи формування трудового потенціалу Вінницької області. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. №3 (19). С. 44-52.
6. Кулицький С. Проблеми розвитку ринку праці в Україні. Центр досліджень соціальних комунікацій НБУВ. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr21>
7. Мельник І.О., Берднікова О.В. Сучасні тенденції формування ринку праці і зайнятості населення України. Ефек-

тивна економіка. 2018. №1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/49.pdf

8. Москаленко Е.С. Запорожець Ю.В. Стан ринку праці. Молодий вчений. 2018. №5 (57). С. 730-734.

9. Правдюк Н.Л., Покинчерда В.В. Трудові ресурси: обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством: Монографія. Вінниця: ПП ТД "Едельвейс і К", 2016. 248 с.

10. Про зовнішню трудову міграцію. Закон України від 05.11.2015 № 761-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/761-viii>

11. Ситуація на ринку праці та результати діяльності державної служби зайнятості у 2018 році. Державна служба зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68>

12. Скільки українців поїхало за кордон і що державі з цим робити: аналітична записка. Центр економічної стратегії. 2018. 50 с. URL: <https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Migration-note.pdf>

13. Яковенко Р.В., Пугаченко А.С. Прикладні проблеми ринку праці України. Наукові праці КНУТ. Економічні науки. 2010. Вип. 17. С. 447-451.

References

1. Newsrelease. Euroindicators. Eurostat. 2018. № 150.
2. Burachek, I.V., Hrybovskyi, M.M. The Economic Impact of Labor Migration in Ukraine. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia, № 3. 2017 pp. 233-237. (in Ukrainian).
3. Volkova O.V. Labor market. Kyiv: Tsentru uchb. Literatury. 2007. 624 p. (in Ukrainian).
4. State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (in Ukrainian).
5. Kornychuk A.M., Kostunets T.A. The prospects of forming labor potential of Vinnytsia region. Ekonomika. Finansy. Menedzhment: aktualni pyannya nauky i praktyky. 2017. Vol. №3(19). pp. 44-52. (in Ukrainian).
6. Kulytskyi S. Problems of Labor Market Development in Ukraine. Social Communication Research Center of National Library of Ukraine after V.I. Vernadsky. URL: <http://nbuviap.gov.ua/images/ukraine/2017/ukr21> (in Ukrainian).
7. Melnik I.O., Berdnikova O.V. Contemporary trends in the formation of the labor market and employment of Ukraine's population. 2018. Efektyvna ekonomika. Vol. 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/49.pdf (in Ukrainian).
8. Moskalenko K.S., Zaporozhets Yu.V. The state of the labor market of Ukraine. Young Scientist. 2018. № 5(57). pp. 730-734. (in Ukrainian).
9. Pravdyuk N.L., Pokyncherda V.V. Labor Resources: Accounting and Analytical Support for Enterprise Management: Monograph. Vinnytsya: PE TD "Edelweis & K", 2016. 248 p. (in Ukrainian).
10. About external labor migration. Law of Ukraine dated November 5, 2015. № 761-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/761-viii> (in Ukrainian).
11. The situation in the labor market and the results of the state employment service in 2018. State Employment Service. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68> (in Ukrainian).
12. How many Ukrainians went abroad and what to do with the state: an analytical note. Center for Economic Strategy. 2018. 50 p. URL: <https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Migration-note.pdf> (in Ukrainian).
13. Yakovenko R.V., Puhachenko A.S. Applied Problems of Ukrainian Labor Market. Naukovi pratsi KNTU. Ekonomichni nauky. 2010. Vol. 17. pp. 447-451. (in Ukrainian).

ІГНАТЮК

Вікторія Василівна
nikushek@ukr.net

СНІЖКО

Лариса Леонідівна

ГУРЧ

Людмила Миколаївна
Ket13@ukr.netк.т.н., доцент, Національний
транспортний університетк.е.н., доцент, Національний
транспортний університетк.е.н., доцент, Національний
транспортний університет

УДК 659.4.012.12

ОРГАНІЗАЦІЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

ORGANIZATION OF INTERNET-MARKETING OF MOTOR TRANSPORT SERVICES ENTERPRISES

Сфера автотранспортних послуг є масштабнішим середовищем діяльності в економічно розвинутих країнах. У ринкових умовах розвиток і ефективне ведення бізнесу в Україні стає неможливим без впровадження сучасних заходів Інтернет-маркетингу. У статті досліджено тенденції використання мережі Інтернет в країнах світу. Були виділені найпопулярніші соціальні Інтернет-медіа та встановлено рівень популярних месенджерів. На підставі цього розроблено основні напрями використання можливостей мережі Інтернет у діяльності підприємства автотранспортних послуг, що допоможе їм покращити якість автотранспортних послуг та інтегрувати зв'язок з споживачами.

* * *

Сфера автотранспортных услуг является масштабным средой деятельности в экономически развитых странах и составляет их основную часть экономики (более 50 %). Внедрение современных Интернет-технологий в деятельность транспортных предприятий есть необходимым условием успешной работы. В статье исследованы тенденции использования сети Интернет в странах мира. Установлен уровень популярных мессенджеров. На основании этого разработаны основные направления использования возможностей сети Интернет в деятельности предприятия автотранспортных услуг, при использовании этих мероприятий оно сможет решать свои собственные маркетинговые задачи.

* * *

The scope of road transport services is a large-scale medium-term activity in economically developed countries and constitutes their main part of the economy (more than 50 %). One of the most dynamic services is the transport industry. In market conditions, the development and effective business in Ukraine becomes impossible without the use of modern information technologies that ensure the integration and communication of enterprises providing transportation services with the external environment, improve the quality of services, transfer a large amount of information, increase service speed and efficiency, take into account the needs each individual customer. Managing any business today is impossible without the active use of innovations in the field of information technology and the rapid penetration into all spheres of society, personal computers and the Internet. Effective use of information is one of the most important factors for the survival of enterprises. The issues of high-quality processing and storage of information, is engaged in Internet marketing. In the market for the use of Internet marketing, it contributes to an increase in the level of profitability of a modern enterprise, which has a significant effect on improving the development of small and medium-sized businesses as a whole.

The article explores trends in the use of the Internet in countries around the world. It was reported that Ukraine ranks only 9th among European countries. Were highlighted the most popular social media online. Based on this, the article conducted an online interview. When using the panel DigData, which showed the level of popular instant messengers. Based on this, the main directions of using the capabilities of the Internet in the activities of the enterprise of motor transport services have been developed. Thus, when using these events, the company uses the opportunity to immediately receive feedback in the form of opinions and comments from the most active social media users.

Internet technologies can help the transport company to solve their own marketing tasks. The Internet is one of the ways to promote and market transport services. The global network provides access to the advertising space of the world, introducing potential consumers. The availability of any information can be provided by Internet technologies.

Ключові слова: Інтернет, інтернет-маркетинг, інтернет технології, підприємства автотранспортних послуг, інформаційні технології

Ключевые слова: Интернет, интернет-маркетинг, интернет технологии, предприятия автотранспортных услуг, информационные технологии

Keywords: Internet, Internet-marketing, Internet-technologies, motor transport services enterprises, information technologies

ВСТУП

У сучасних умовах одним з найефективніших засобів комунікації та реклами є мережа Інтернет. Однією із найбільш динамічних сфер обслуговування є транспортна індустрія. Для розвитку підприємств, що надають автотранспортні послуги найефективніших способів комунікації з споживачами є глобальна мережа

Інтернет. Стає за необхідне застосування в їх діяльності перспективних напрямів використання маркетингових важелів просування автотранспортних послуг через мережі Інтернет.

Використання Інтернет-технологій в діяльності підприємств висвітлені в ряді праць українських та зарубіжних вчених-теоретиків та практиків. Серед них М. Богуславська, Р. Григоренко, О. Евсейцева, С. Мих-

неева, Г. Маркеева, Г. Мітченко, Є. Ромат, К. Компанець, Л. Литвишко, О. Ложачевська, С. Шуляк та інші. Разом з тим, достатньо не вивчені можливості використання Інтернет технологій українськими підприємствами автотранспортних послуг.

МЕТОЮ РОБОТИ є дослідження теоретичних і практичних навичок організації Інтернет-маркетингу на підприємствах автотранспортних послуг.

У дослідженні використовувались загальнонаукові і спеціальні методи дослідження, а саме: методи аналізу та синтезу – для розгляду сутності та методів інформатизації автотранспортних підприємств.

РЕЗУЛЬТАТИ

Інтернет-мережа дає можливість з мінімальними витратами інформувати багатомільйонну цільову аудиторію про послуги. Крім того, перевагами реклами в Інтернеті є те, що вона дозволяє передавати текстову, графічну, аудіо- та відеоінформацію, а також оцінювати ефективність заходів за рахунок зворотного зв'язку із цільовою аудиторією.

Впровадження Інтернет-технологій відкриває нові можливості для ефективного вирішення основних завдань підприємств автотранспортних послуг. Експлуатація мережі дозволяє їм реалізувати програми ресурсозбереження шляхом зниження експлуатаційних

витрат на утримання систем зв'язку, уникнути величезних навантажень, збільшити продуктивність праці, поліпшити якість послуг, виконуваних робіт і підвищити кваліфікацію працівників готелю.

Тобто маркетингові інформаційні системи для підприємств сфери послуг у сучасних умовах є механізмом реалізації функції перспективного передбачення і зумовлюють орієнтацію на євроінтеграційні процеси [6].

Серед географічних регіонів світу найбільша питома вага населення, що активно користується Інтернетом припадає на Північну Америку та відповідно найменший відсоток становить населення Африки. Тенденція до зростання кількості користувачів спостерігається і в українському сегменті Інтернету. У 2017 р. Інтернет Асоціація України оприлюднила результати щоквартального дослідження аудиторії українського Інтернету. Згідно з даними дослідження в Україні користуються Інтернетом 21,6 млн. користувачів. Серед сучасних європейських країн Україна посідає 9 місце, 15,3 % населення активно використовує можливості глобальної мережі (рис. 1). Відносно сусідніх держав цей показник є невисоким, адже більше половини населення Росії (59,7 %) та майже чверть населення Польщі (22,5 %) активно використовують можливості Інтернету для комерційних та особистих цілей.

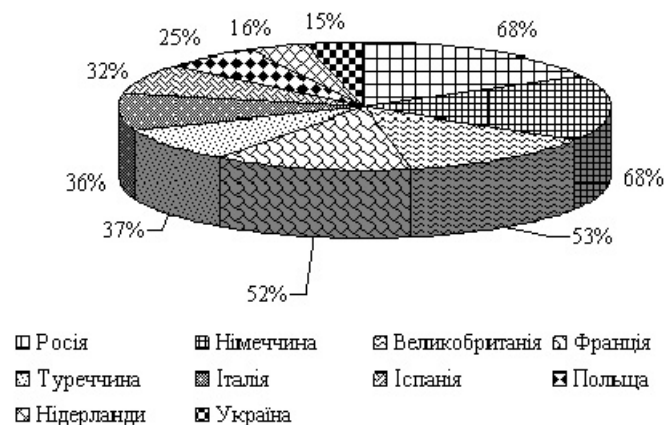


Рис. 1. Рейтинг країн Європи за часткою Інтернет-користувачів

Така популяризація мережі серед населення диктує необхідність використання її в діяльності підприємств автосервісних послуг. Дослідження показують, що реклама в Інтернеті може впливати на споживачів більш ефективно, ніж теле- чи радіореклами. У зв'язку з цим постає завдання виявлення перспективних напрямків використання глобальної мережі Інтернет у практичній діяльності підприємств автотранспортних послуг.

Зважаючи на стрімкий розвиток Інтернет-технологій, дати вичерпний список сайтів, які можна віднести до категорії «соціальних медіа» досить важко, адже постійно з'являються нові. Проте, можна виділити такі види найпопулярніших соціальних медіа:

– соціальні мережі (Facebook, V Kontakte, Instagram та ін.);

– системи миттєвого обміну повідомленнями, які дозволяють спілкуватися з іншим користувачем через мережу у режимі реального часу (Viber, Telegram, WhatsApp, Skype, Messenger та ін.);

– Інтернет-чати, що дають можливість одночасно декільком користувачам спілкуватися у режимі реального часу;

– Інтернет-форуми, що дозволяють створювати нові теми, коментувати і обговорювати повідомлення інших користувачів;

– веб-блоги – особисті онлайн-журнали окремих користувачів;

– Інтернет-хости – дозволяють розміщувати відеоматеріали на безкоштовній основі (YouTube).

Соціальні мережі залучають багатомільйонні аудиторії та є дієвим інструментом просування та продажу, що забезпечують підприємствам автотранспортних послуг оперативний зв'язок з потенційними споживачами автотранспортних послуг, зниження витрат та зростання прибутку. Ця ситуація потребує вивчення можливостей соціальних мереж для просування автотранспортного продукту.

За даними дослідження яке було проведено мето-

дом онлайн інтерв'ю з використанням панелі DigData. Розмір вибірки N=1075. Структура вибірки репрезентативна онлайн населенню України за статтю, віком, розміром міста та регіону проживання (за винятком зони АТО та АРК). Вік опитуваних: 16-59 років. Стосовно використання месенджерів за результатами онлайн-дослідження, найбільшу популярність та уживаність має **Viber**, ним користуються – **83 %** опитаних.

На другому місці — **Facebook Messenger** – **54 %**.

На третьому місці — **Skype** – **44 %**, найбільше ним

користуються люди старшого віку (45-49 років) – **53 %**.

Додатком **Telegram** користуються **19 %**, найбільшу популярність він має серед респондентів у віці 16-29 років. Месенджером **WhatsApp** користуються **18 %**.

Та лише **2 %** використовують новий додаток від компанії Київстар – **Veon** [11].

Постійне зростання кількості користувачів мережі Інтернет безпосередньо впливає на розвиток підприємств автотранспортних послуг України і світу в цілому через зміну пасажиропотоків (табл. 1).

Таблиця 1

Напрями використання можливостей мережі Інтернет у діяльності підприємства автотранспортних послуг

Напрями	Засоби Інтернету	Цільові групи
Моніторинг ринку автотранспортних послуг (дослідження потреб споживачів, дослідження конкурентів)	Пошукові системи. Форуми. Чати. Тематичні та спеціальні сайти і портали: – каталоги; – власний веб-сайт; – e-mail.	Потенційні споживачі. Партнери. Конкуренти
Маркетингова діяльність: реклама, зв'язки з громадськістю, стимулювання збуту, директ-маркетинг	Власний веб-сайт. Банерна реклама. Перехресні посилання. E-mail (пряме розсилання). Контекстна реклама.	Потенційні споживачі. Партнери
Бронювання, он-лайн продаж туристичних послуг	Власний веб-сайт. E-mail.	Потенційні споживачі. Реальні покупці. Партнери
Отримання професійної інформації	Пошукові системи. Форуми. Чати. Тематичні та спеціальні сайти і портали: – каталоги; – конференції, розсилки.	Персонал автотранспортного підприємства
Підтримання ділового зв'язку	Власний веб-сайт. E-mail.	Партнери. Потенційні споживачі. Реальні покупці

SMM (SocialMediaMarketing, маркетинг в соціальних медіа) – комплекс дій з просування бренду, товару або послуги в соціальних медіа (блоги, форуми, мережеві співтовариства). Завдяки використанню соціальних аспектів Інтернету, SMM дозволяє взаємодіяти з аудиторією на більш персоналізованому і динамічному рівні, ніж це робить традиційний маркетинг. SMM проводить безпосередню роботу в співтовариствах з використанням інструментів прямого і прихованого впливу на цільову аудиторію [4]. Тобто відбувається особисте спілкування компанії з потенційними клієнтами. Підприємство використовує можливість негайно отримати зворотній зв'язок у вигляді думок і коментарів від найбільш активних користувачів соціальних медіа.

Одним із способів постійного нагадування споживачам про себе є спеціальне програмне забезпечення, або ж додатки, які дозволяють здійснювати автоматичну публікацію посту на особистих сторінках підприємства з певною періодичністю, або ж у заздалегідь визначений час. Маркетологи стверджують, що споживачам необхідно постійно нагадувати про свою компанію, що і допомагають робити такі додатки. Прикладом таких додатків є: «Bufferapp», «Ампліфер», «Autoposting», «SMMR» – інструменти для безкоштовного автоматичного розміщення записів в «ВКонтакте», Facebook, Twitter, Instagram.

Більш того, такі автоматизовані програми дають можливість завчасно підготувати певний ряд постів, чи публікаційних матеріалів визначити день і час розміщення, і програма автоматично опублікує їх у всіх соціальних мережах підприємства.

ВИСНОВКИ

Застосування різноманітних інструментів Інтернет технологій підприємствами автотранспортних послуг є одним із найбільш актуальних напрямів просування транспортного продукту та підтримання комунікаційного зв'язку із споживачами. Впровадження Інтернет технологій дозволяє підприємствам суттєво скоротити час на обслуговування споживачів, забезпечити резервування в режимі он-лайн, знизити собівартість послуг та іншими завданнями.

Отже, раціональне застосування в роботі підприємства автотранспортних послуг підвищують його конкурентоздатність та якість надаваних послуг, що позитивно впливає на імідж підприємства, збільшуючи потік постійних клієнтів, що відповідно гарантує отримання прибутку підприємством.

Список використаних джерел

1. Богуславська М.В., Евсейцева. О.С. Новітні технології інтернет-маркетингу: Економічні науки. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», 2017. С.108-110.
2. Михнеева С., Маркеева Г. Технологии интернет-маркетинга как современный инструмент продвижения биз-

неса: Известия высших учебных заведений. Серия «Общественные науки», 2015. № 1 (33). С. 239–247.

3. Мітченко Г.В. Організаційно-економічне забезпечення стратегічного маркетингу на підприємствах автомобільного транспорту: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Київ. 2015. 211 с.

4. Катцина О.Д., Шуляк С.О. Соціальні мережі як рекламний ресурс туристичного бізнесу. Сучасні тенденції розвитку туризму. 2017. С. 63-65

5. Компанець К.А., Литвишко Л.О., Іванчук С.І. Інноваційні технології «сенсорного маркетингу» готелів. International scientific-practical conference integration of business structures: strategies and technologies. February 23, 2018. Proceedings of the Conference, Sulkhan-Saba Orbeliani Teaching University. Tbilisi, Georgia, 2018. С. 114-117.

6. Компанець К.А. Імплементція маркетингової інформаційної системи в діяльність підприємств сфери послуг. Збірник наукових праць "Економічний аналіз". 2018 р. Т. 1.

7. Сичев А.П. Веб-конференція и ее возможности. TrueConf. 2014. С. 4.

8. Ложачевська О.М., Григоренко Р.В. Моніторинг ринку автосервісних послуг. Збірник наукових праць "Економічний простір". Дніпро, 2017. № 128. С. 81-88.

9. Ромат Е. Глобальные тенденции развития современной рекламы. Маркетинг и реклама. 2018. № 1. С. 26-35.

10. Ромат Є.В., Гавриличко Ю.В. Суб'єкти та об'єкти публічного маркетингу. Державне управління. 2018. № 1 (11). С. 260-270.

11. Месенджері та реклама: статистика використання в Україні. URL: <https://digdata.com.ua/index.php/mesendzhery-ta-reklama-vykorystannya-v-ukrayini-2018-infohrafyka/>

References

1. Boguslavskaya M.V., Evseitseva. O.S. Newest Internet Marketing Technologies: Economics. International scientific journal "Internauka", 2017. pp. 108-110 (in Ukrainian).

2. Mikhneeva S., Markieva H., Internet Marketing Techno-

logies as a Modern Business Promotion Tool: News of Higher Educational Institutions. Series "Social Sciences", 2015. № 1 (33). pp. 239-247 (in Russian).

3. Mitchenko H.V. Organizational and economic provision of strategic marketing at the enterprises of motor transport: diss. ... cand. econ. sciences: 08.00.04: Kyiv. 2015. 211 p. (in Ukrainian).

4. Katsyna O.D., Shulyak S.O. Social networks as an advertising resource for tourism business. Modern trends in tourism development. 2017. pp.63-65 (in Ukrainian).

5. Kompanets K.A., Lytvysko L.O., Ivanchuk S.I. Innovative technologies of "sensory marketing" hotels. International scientific-practical conference integration of business structures: strategies and technologies. February 23, 2018. Proceedings of the Conference, Sulkhan-Saba Orbeliani Teaching University. Tbilisi, Georgia, 2018. pp. 114-117. (in Ukrainian).

6. Kompanets K.A. Implementation of the marketing information system in the activities of services enterprises. The collection of scientific works "Economic analysis". 2018. Vol. 1 (in Ukrainian).

7. Sychev A.P. Web-conference and its possibilities. True Conf 2014. p. 4. (in Russian).

8. Lozhachevska O., Hrihorenko R. Monitoring of market of car services. Dnipro, 2017. № 128. С. 81-88. The collection of scientific works "Economic Space" (in Ukrainian).

9. Romat E. Global trends in the development of modern advertising. Marketing and advertising. 2018. № 1. pp. 26-35. (in Russian).

10. Romat Ye.V., Havrilechko Yu.V. Subjects and objects of public marketing. Public management. 2018. № 1 (11). pp. 260-270. (in Ukrainian).

11. Messengers and advertising: usage statistics in Ukraine URL: <https://digdata.com.ua/index.php/mesendzhery-ta-reklama-vykorystannya-v-ukrayini-2018-infohrafyka/> (in Ukrainian).

МЕЛЬНИК

Юрій Миколайович
9701080@ukr.netк.е.н., доцент, Одеська
національна академія
харчових технологій

УДК 338.021

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВОЇ
ГАЛУЗІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИESTIMATION OF COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL INDUSTRY
OF THE NATIONAL ECONOMY

У статті досліджено теоретико-методичне забезпечення оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі національної економіки. Визначені конкурентні аспекти, що визначають привабливість промисловості і її позиції у конкурентній боротьбі в національному макроекономічному середовищі. Запропоновано для надання характеристики конкурентоспроможності промислової продукції використовувати інтегральні індикатори. Розроблена загальна методика оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі. Сформована система концептуально-методичних принципів оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі. Запропоновано на основі всебічного дослідження за допомогою базового, методичного, багатопараметричного та функціонального інструментарію визначати вимоги до еталонної продукції і вибирати параметри оцінки промислової продукції. Доведено, що конкурентоспроможність продукції є визначальним фактором конкурентоспроможності промислової галузі національної економіки.

* * *

В статье исследовано теоретико-методическое обеспечение оценки конкурентоспособности продукции промышленной отрасли национальной экономики. Определены конкурентные аспекты, определяющие привлекательность промышленности и ее позиции в конкурентной борьбе в национальной макроекономической среде. Предложено для определения характеристики конкурентоспособности промышленной продукции использовать интегральные индикаторы. Разработана общая методика оценки конкурентоспособности продукции промышленной отрасли. Сформирована система концептуально-методических принципов оценки конкурентоспособности продукции промышленной отрасли. Предложено на основе всестороннего исследования с помощью базового, методического, многопараметрического и функционального инструментария определять требования к эталонной продукции и выбирать параметры оценки промышленной продукции. Доказано, что конкурентоспособность продукции является определяющим фактором конкурентоспособности промышленной отрасли национальной экономики.

* * *

The article deals with theoretical and methodological support for the assessment of the competitiveness of products of the industrial sector of the national economy. The competitive aspects that determine the attractiveness of industry and its position in competition in the national macroeconomic environment are determined. It is proposed to use integral indicators to give the characteristic of competitiveness of industrial products. The general methodology for assessing the competitiveness of industrial products is developed. A system of conceptual and methodological principles for assessing the competitiveness of products in the industrial sector has been formed. Based on a comprehensive study with the help of basic, methodical, multi-parameter and functional tools, it is proposed to determine the requirements for reference products and to choose the parameters of the estimation of industrial products. It is proved that the competitiveness of products is the determining factor of the competitiveness of the industrial sector of the national economy.

Competitiveness in the industry of the national economy is a relative characteristic, which reflects the current dynamic trends of the development of certain subjects of the industry from competitors in terms of efficiency of management, with quantitative and qualitative orientation.

The management of competitiveness in the industry of the national economy distinguishes the relevant aspects that determine the form of management influence on the objects of management or regulation. Aspects of competitiveness management in the industry of the national economy must be characterized as a distinction of technological operations of the control system and its segment components, which provide the appropriate unity or combination, which forms the whole process of management in the relevant environment. It should be remembered that the management of competitiveness is not subject to fundamental regulation, because management is a creative process.

Competitiveness of products is the determining factor of the competitiveness of the industrial sector of the national economy. The competitiveness of the industrial sector is the systemic and potential ability to design, create and implement, in appropriate conditions, products that, by their socio-economic (consumer and value) characteristics, are more attractive to the consumers of the national market than the products of industrial competitors. The competitiveness of the industrial sector of the national economy characterizes the strategic opportunities and the positive dynamics of adjusting the subjects of industry to the changing conditions of competition in the market environment.

Ключові слова: промислова продукція, національна економіка, глобалізація, оцінка, конкурентоздатність

Ключевые слова: промышленная продукция, национальная экономика, глобализация, оценка, конкурентоспособность

Keywords: industrial production, national economic, global economic, social development, competitiveness

ВСТУП

Механізми конкуренції, на нашу думку, мають значний вплив на стратегію і тактику промислового виробництва, розподілу, обміну і споживання результатів діяльності суб'єктів промисловості країни. У сучасних умовах розвитку країни, знання основ управління стратегічною діяльністю дозволяє знайти конкурентні рішення, які забезпечать перевищення доходів над витратами, принаймні, на величину запланованої ефективності.

У науковій літературі є чимало визначень конкурентоспроможності. І. Ансофф, С. Брю, М. Портер, К. Макконнелл, П. Самуельсон, І. Должанський, Л. Піддубна, Ю. Сафонов, Н. Тарнавська, С. Масленников та інші досліджували питання конкурентоспроможності.

МЕТА РОБОТИ полягає у дослідженні теоретико-методичних аспектів оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі національної економіки.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичною та методологічною основою дослідження є джерела навчальної, монографічної та періодичної літератури з обраної теми, а також нормативно-правові документи, які регулюють процеси оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі національної економіки.

При написанні роботи були використані наступні методи: метод спостереження, методи аналізу та синтезу, монографічний метод, діалектичний метод, метод порівняння, методи індукції та дедукції, а також метод узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Розвиток національного макроекономічного середовища може бути успішним, коли його сегменти будуть отримувати конкурентоспроможні результати діяльності, які забезпечать якісне зростання добробуту у країні.

Національна економіка з 2014-2018 рр. динамічно та успішно переорієнтовується на європейське ринкове середовище та інші міжнародні ринки. Два роки тому запрацювала пріоритетна поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі між Україною та Європейським союзом. За останні роки розпочався процес повномасштабної фінансово-економічної інтеграції країни до спільного європейського конкурентоспроможного ринкового середовища. За результатами 2018 р., як очікується, частка Євросоюзу у структурі українського експорту зросте понад 42 %, а темпи його зростання від 2017 р., складуть понад 16 %.

Європейське конкурентоспроможне ринкове середовище остаточно постає базовим сектором національного експорту країни. Вільна міжнародна торгівля з країнами Європейського союзу забезпечила проведення та завершення переговорів про зону вільної торгівлі з іншими країнами міжнародного макроекономічного середовища: Ізраїль, Канада, Туреччина, Китай та інші.

За таких умов повинні змінюватися методи управління не тільки суб'єктами, але й окремими аспектами інституційного регулювання та управління. Актуаль-

ність цього важливого для національної економіки завдання вимагає теоретичного обґрунтування стратегічних питань організаційно-технічного, фінансово-економічного, соціального та екологічного спрямування на всіх рівнях регулювання та управління. Тобто необхідна розробка та впровадження пріоритетних системних заходів згаданого вище спрямування, які забезпечать підвищення конкурентоспроможності національної економіки та її сегментів, у тому числі промислового.

Механізми конкуренції пронизують фінансово-економічні відносини у макроекономічному середовищі, також впливають на появу сучасних форм, алгоритмів, стилів і етикету господарювання кожного суб'єкта національної економіки.

Найбільш репрезентативне з них наступне: конкурентоспроможність – це можливість суб'єкта національної економіки задовольняти певні запити споживачів краще, ніж конкуренти, і, завдяки цьому, ефективно розповсюджувати готову продукцію (товари, роботи, послуги).

І. Ансофф характеризує конкуренцію як відповідний економічний процес взаємодії, взаємозв'язку та боротьби між суб'єктами, що виступають на ринку для забезпечення кращих можливостей збуту своєї продукції (товарів, робіт, послуг), задоволення різноманітних потреб споживачів та одержання найбільшого чистого фінансового результату [1].

Сутність конкуренції виокремлюється у відповідному протистоянні або протиборстві, суперництві або змаганні тощо.

Управління конкурентоспроможністю є похідною від підсумків всієї діяльності суб'єктів промислової галузі країни. У фінансово-економічних процесах, управління конкурентоспроможністю – це свідомий цілеспрямований вплив суб'єкта на об'єкти і відповідні процеси пов'язані з ним, а також надання певної спрямованості господарській діяльності та отримання запланованих результатів.

Конкурентоспроможність у промисловості національної економіки – це відносна характеристика, яка відображає сучасні динамічні тенденції розвитку певних суб'єктів галузі від конкурентів за ступенем ефективності господарювання, з кількісною та якісною орієнтацією.

Управління конкурентоспроможністю у промисловості національної економіки виокремлює відповідні аспекти, які визначають форму управлінського впливу на об'єкти управління або регулювання. Аспекти управління конкурентоспроможністю у промисловості національної економіки треба характеризувати як виокремлені технологічні операції системи управління та її сегментні компоненти, які забезпечують відповідну єдність або поєднання, що формує у сукупності процес управління у відповідному середовищі. Необхідно пам'ятати, що управління конкурентоспроможністю не піддається принциповому регламентуванню, тому що, управління – це творчий процес.

У макроекономічному середовищі, будь який суб'єкт управління застосовує індивідуальну технологію системи управління, де виокремлює та комбінує

види управління з урахуванням інноваційних аспектів, застосовуючи їх у необхідному поєднанні або послідовності.

У промисловому сегменті національної економіки застосовуються певні види, форми і функції управління конкурентоспроможністю. Процеси управління конкурентоспроможністю у складних інтегрованих сегментах макроекономічного середовища має відповідну схему реалізації, у якій основні елементи взаємодіють у логічній послідовності:

- фінансово-економічний аналіз та оцінка;
- планування або програмування;
- прогнозування;
- система організації;
- обліковий процес;
- система регулювання;
- діагностика;
- стимулювання;
- контролінг.

Необхідно пам'ятати, що наявність конкурентоспроможної продукції достатньо часто не дозволяє суб'єктам промисловості країни застосувати зазначену перевагу через відсутність досвіду використання всього комплексу стратегічних елементів управління: гнучкої промислової товарної та цінової політики, ефективної логістичної організації, активного стимулювання збуту тощо. Поширення глобалізаційних процесів ускладнює кон'юнктуру ситуація у промисловому сегменті національної економіки, тому що розширюється межа національного ринку, залучаються до нього іноземні компанії, які мають значний досвід роботи в умовах міжнародної конкуренції. Пряме використання міжнародного досвіду достатньо часто ускладнено через національні особливості внутрішнього ринку країни і через відсутність універсальних методів конкуренції в умовах глобалізації.

Глобалізація додає новий вимір промисловому сегменту національної економіки, обумовлюючи його сучасні кількісні і якісні орієнтири, що виявляються у наступному:

- постійний рух промислового сегменту до усе більшої відкритості у національному та міжнародному просторі;
- перетворення економіки промислової конкуренції у економічне промислове співробітництво (міжнародне виробниче кооперування та спеціалізація; виокремлення технологічного самозабезпечення на технологічну взаємозалежність, за якою відбувається об'єднання ресурсного забезпечення; концентрація компетентностного підходу у інноваційних процесах та ін.).

Але, процес глобалізації у промисловому сегменті не позбавлений внутрішньої суперечливості, що обумовлює нерівномірність і різноспрямованість розвитку його складових.

Основні конкурентні аспекти, що визначають привабливість промисловості і позицій у конкурентній боротьбі у національному макроекономічному середовищі:

- поява нових конкурентів;
- загроза заміни відповідної продукції на сучасну (інноваційну);

– сила позиції контрагентів (постачальників та покупців);

– логістична складова;

– конкуренція серед суб'єктів промислового сегменту.

При оцінюванні загрози появи нових конкурентів на промисловому сегменті національної економіки необхідно враховувати аспекти входу конкурентів на функціонуючий ринок, які визначаються наступними факторами: економічні масштаби входу на ринок; сукупністю капіталовкладень пов'язаних з входом у галузь; забезпечення трудовими ресурсами; можливі дії суб'єктів промисловості спрямованими на захист власних позицій тощо.

При оцінюванні загрози заміни відповідної продукції на сучасну (інноваційну) необхідно враховувати весь спектр інноваційних характеристик і цінову складову продукту-замінника. Необхідно проведення дослідження споживчих уподобань.

Оцінювання сили позиції контрагентів – постачальників залежить від асортименту та якості ресурсів, що поставляються і послуг, що надаються, наявністю можливості заміни контрагента. Сила позиції контрагентів-покупців визначається типом ринкового середовища, на якому діють суб'єкти промислової галузі, і вона визначається можливістю перейти на використання інших продуктів та витратами пов'язаними на перехід, об'ємами поставок тощо.

Дослідження логістичної складової передбачає системний підхід до інтегрованого та динамічного оцінювання управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками у промисловій галузі національної економіки. Практичним інструментарієм управління ефективністю, конкурентоспроможністю та організованістю суб'єкта промислової галузі є механізм оцінювання створеної логістичної інформаційної системи. Саме тому, суб'єктам промислової галузі національної економіки необхідно впроваджувати до системи управління логістику, рівень організації і впровадження якої відображує параметри його конкурентоспроможності, оскільки логістика надає змогу задовольнити потреби ринкового середовища з урахуванням мінімізації витрат.

У ринковому середовищі при формуванні будь-яких стратегічних планів або прогнозів, програм або реформ в першу чергу необхідно провести дослідження конкурентоспроможності відповідного сегменту макроекономіки.

Оцінка конкурентоспроможності – пріоритетний етап дослідження ринкової кон'юнктури, на стан якої в умовах глобалізації впливає значна кількість факторів політичної та соціально-економічної спрямованості (попит і пропозиція, та їх співвідношення; ціноутворення; обсяги промислового виробництва; логістичні витрати; маркетинг; інфраструктура ринкового середовища; природно-кліматичні умови; кон'юктурні процеси та ін.).

Для характеристики конкурентоспроможності промислової продукції використовують приватні та інтегральні індикатори. Загальна методика оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі відображено на рис. 1.

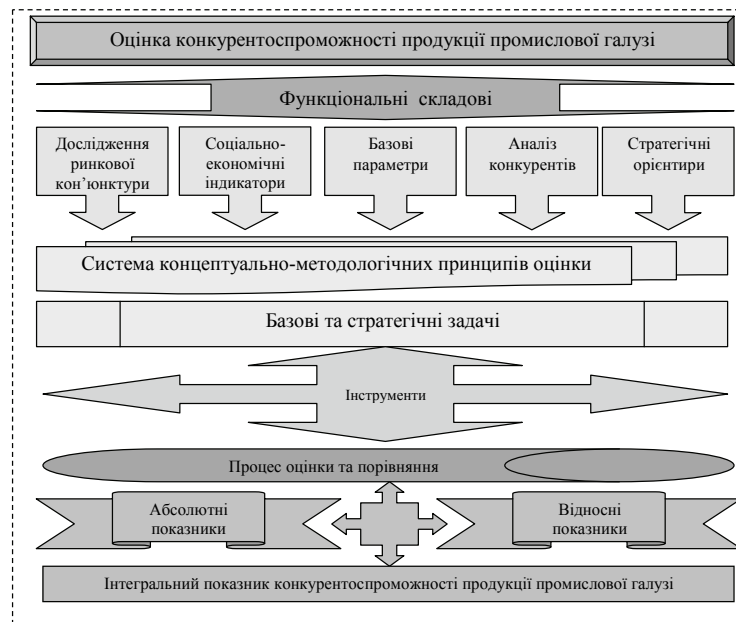


Рис. 1. Загальна методика оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі

Окремі елементи зазначеної методики відображають поставленні перед ними функціональні завдання та орієнтири: дослідження ринкової кон'юнктури, визначення набору соціально-економічних індикаторів конкурентоспроможності; визначення базових параметрів для оцінки конкурентів; аналіз конкурентів; визначення стратегічних орієнтирів.

Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції промислової галузі здійснюється з обґрунтування або уточнення мети та завдань по її досягненню.

Система концептуально-методичних принципів оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі відображає найважливіші сучасні вимоги до оцінки та у повному обсязі характеризує її сутність та значення. Застосування концептуально-методологічних принципів оцінки конкурентоспроможності продукції забезпечує отримання достовірних результатів та виступає неодмінною умовою якісного вирішення завдань.

Основні концептуально-методологічні принципи оцінки:

- принцип єдності оцінки й синтезу – забезпечення поділу на сегменти складних об'єктів, явищ або процесів, які оцінюються з метою дослідження їх властивостей у взаємозв'язку і взаємозалежності;
- принцип виокремлення основного сегменту – припускає ранжування відповідних факторів з метою всебічної оцінки;
- принцип системності – взаємопов'язана і взаємодоповнююча оцінка відповідних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища промислової галузі;
- принцип синергії – збільшення ефективності у промисловій галузі у результаті інтеграції, злиття окремих сегментів в єдину систему за рахунок емергентності;
- принцип біфуркації – аналіз складних динамічних систем у промисловій галузі з відповідними альтернативними траєкторіями господарювання, які змінюють напрямок руху в точках біфуркації або роз-

галуження;

- принцип оперативності – оцінка повинна швидко вирішувати поставлені завдання;
- принцип варіативності – дослідження потенційних альтернативних варіантів вирішення завдань;
- принцип простоти оцінки – механізм оцінки повинен бути доступний для будь-якої зацікавленої особи та мати трансформаційні властивості;
- принцип інформаційності – індикатори повинні в повному обсязі відображати процеси та явища у промисловій галузі;
- принцип об'єктивності – обґрунтованість та аргументованість оцінки.

Основною метою оцінки конкурентоспроможності є забезпечення постійної привабливості продукції промислової галузі у ринковому середовищі та наділення її перевагами у порівнянні з аналогічною за призначенням продукцією конкурентів.

Залежно від умов ринку і можливостей промислової галузі досягнення сформованої мети може бути пов'язано з вирішенням будь-яких завдань, які визначають зміст і обсяг необхідного інформаційного забезпечення (стан ринкового середовища, позиціонування промислової продукції, поведінка конкурентів тощо). Прикладом вирішення поставлених завдань є: підвищення конкурентоспроможності промислової продукції у порівнянні з еталонним зразком; інноваційні розробки та їх виведення на національний або міжнародний ринок; стратегічна оцінка конкурентного статусу продукції або виробника; позиціонування промислового бренду на ринку; удосконалення механізму ціноутворення; формування оперативної логістики; впровадження сучасних маркетингових аспектів тощо.

Визначивши мету оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі необхідно переходити до формуванню інформаційної бази дослідження (стан внутрішнього та зовнішнього ринку; дослідження контрагентів та конкурентів).

На основі всебічного дослідження за допомогою

базового, методичного, багатопараметричного та функціонального інструментарію, визначають вимоги до еталонної продукції і вибирають параметри оцінки промислової продукції.

Особливу увагу необхідно приділяти параметрам якісної орієнтації промислової діяльності. Наприклад, дослідження патентної чистоти промислової продукції, встановлення відповідності параметрів продукції діючим стандартам або нормам. Необхідно пам'ятати, якщо встановлено невідповідність патентної чистоти промислової продукції або недотримання визначених стандартів, промислова продукція не може бути реалізована на легальному споживчому ринку.

З метою оцінки рівня нормативних параметрів використовується індикатор, який дорівнюється одиниці або нулю. Якщо промислова продукція відповідає встановленим стандартам або параметрам, то індикатор дорівнюється одиниці, якщо ні, то нулю.

Загальний індикатор за нормативними параметрами розраховується як добуток індикаторів за кожним параметром:

$$I_{\text{заг}} = \sum_{i=1}^n m_i,$$

де m_i – індикатор за нормативним параметром відповідного сегменту; n – кількість нормативних параметрів, яка підлягає оцінці.

Промислова продукція вважається конкурентоспроможною, коли загальний індикатор дорівнюється одиниці або більше.

Необхідно констатувати, що оцінка конкурентоспроможності промислової продукції достатньо складний та тривалий процес. Деякі незручності можуть виникнути при виборі базових індикаторів зіставлення та оцінки їх вагомості. Запропонований методичний підхід до оцінки рівня конкурентоспроможності має аналітичну направленість. У промисловій галузі повинна застосовуватися методики визначення конкурентоспроможності продукції з урахуванням внутрішньогалузевих, галузевих, міжгалузевих та міжнародних аспектів оцінки відповідних індикаторів. Особливу значущість при розрахунках конкурентоспроможності продукції промислової галузі національної економіки мають кваліфікація експертів, які залучаються для дослідження та рівень маркетингової спрямованості.

ВИСНОВКИ

Таким чином, якісна орієнтація оцінки конкурентоспроможності продукції промислової галузі залежить від стратегії розвитку системи управління комерцій-

ною діяльністю суб'єкта промислової галузі національної економіки. Також потребує розкриття інформація наскільки повно у дослідженні враховані потреби покупців, у тому числі потенційних, а також можливості підвищення якості і зниження собівартості продукції. Пріоритетні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності у промисловій галузі повинні бути націлені на формування привабливості і перевагу продукції на стадії науково-технічного обґрунтування, розробки, створення, розподілу, збуту і сервісного обслуговування її.

Конкурентоспроможність продукції є визначальним фактором конкурентоспроможності промислової галузі національної економіки. Конкурентоспроможність промислової галузі – це системна і потенційна здатність проектувати, створювати і реалізовувати у відповідних умовах продукцію, яка за своїми соціально-економічними (споживчими і вартісними) характеристиками у комплексі більш приваблива для споживачів національного ринку, ніж продукція промислових конкурентів. Конкурентоспроможність промислової галузі національної економіки характеризує стратегічні можливості і позитивну динаміку пристосування суб'єктів промисловості до мінливих умов конкуренції у ринковому середовищі.

Список використаних джерел

1. Побережець О.В. Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства. Херсон. Видавництво: Грін Д.С., 2016. 500 с.
2. Ломачинська І., Кравцова А. Вплив конвергенції фінансового та реального секторів на розвиток національної економіки України. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2012. Т. 17. Вип. 2. С. 139-146.
3. Масленніков Є.І., Кравченко В.І. Фактори трансформації національної економіки в умовах європейської інтеграції. Економіка. Фінанси. Право. 2017. № 4/2. С. 4-6.

References

1. Poberezhets O.V. Theoretical-methodological and practical principles of the research of the system of management of the results of activity of an industrial enterprise. Kherson: Publishing house Hrin D.S., 2016. 500 p. (in Ukrainian)
2. Lomachinska I., Kravtsova A. Influence of convergence of the financial and real sectors on the development of the national economy of Ukraine. Herald of Odessa National University. Economy. 2012. Vol. 17, Issue 2. pp. 139-146. (in Ukrainian)
3. Maslennikov Ye.I., Kravchenko V.I. Factors of transformation of the national economy in the conditions of European integration. Economics. Finance. Law. 2017. № 4/2. pp. 4-6. (in Ukrainian)

СОЛОВЕЙ

Надія Василівна
0669222201@ukr.net

УДК 656.7:338(045)

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ
ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА

ЧАЙКОВСЬКА

Тетяна Сергіївна
tania.chayka1997@gmail.comTHE ROLE OF ECONOMIC ANALYSIS OF
FIXED ASSETS IN THE ENTERPRISE'S
BUSINESSк.е.н., доцент, Національний
авіаційний університетстудент, Національний
авіаційний університет

Правильність побудови управління основними засобами та їх раціональне використання, є основою для підвищення ефективності діяльності підприємств та стабілізації економіки в цілому. Відповідність стану основних засобів вимогам, зумовленим технічним прогресом, розвитком діяльності, специфікою господарювання, дає можливість впроваджувати нові завдання та дає можливість виконувати їх на належному рівні, адже високий якісний стан основних засобів це один із основних факторів, що впливають на підвищення ефективності діяльності підприємств. Тому застосування більш детального економічного аналізу, вдосконалення методик його проведення, є раціональним та доцільним, адже інформація, отримана в його результаті, є основою для прийняття управлінських рішень. За допомогою аналізу можна оцінити результати діяльності підприємства, виявити резерви та їх усунути, побудувати правильну стратегію господарювання, що в цілому призводить до зростання економічних показників.

* * *

Правильность управления основными средствами и их рациональное использование, является основой для повышения эффективности деятельности предприятий и стабилизации экономики в целом. Соответствие состояния основных средств, требованиям, обусловленным техническим прогрессом, развитием деятельности, спецификой хозяйствования, дает возможность внедрять новые задачи и выполнять их на должном уровне, ведь высокое качественное состояние основных средств это один из основных факторов, влияющих на повышение эффективности деятельности предприятий. Поэтому применение более детального экономического анализа, совершенствование методик его проведения, является рациональным и целесообразным, ведь информация получена в его результате есть основой для принятия управленческих решений. С помощью анализа можно оценить результаты деятельности предприятия, выявить резервы и их устранить, построить правильную стратегию хозяйствования, что в целом приводит к росту экономических показателей.

* * *

Introduction. In the process of activity, there is a need for an economic analysis of the company's fixed assets, which is one of the main areas of analysis in general. The priority tasks are to assess the company's assets with the assets of fixed assets, the effectiveness of their use, the identification of reserves and directions for their elimination.

Productive activity of individual enterprises leads to the construction of an efficient economy at higher levels, this performance is largely dependent on the state of fixed assets on each unit of activity and determines the opportunities of each sector of the economy, and the pace of their development.

Purpose. The purpose of this work is to highlight the role of economic analysis of fixed assets in the process of economic activity of enterprises and the adoption of managerial decisions. Consider methods and algorithms for conducting an economic analysis of fixed assets.

Results. At the core of the economic activity of any enterprise is its fixed assets. The rationality of their use and their management effectiveness have an impact on production in general. Since fixed assets play a significant role for the enterprise, there is an urgent need for their analysis. Analytical information obtained as a result of it is usually internal, since it is intended for internal users, mainly managers of enterprises, who make decisions about any actions with fixed assets. The adjusted algorithm of economic analysis of fixed assets, allows more accurately and qualitatively to assess the state and provide reliable conclusions that will ensure the effectiveness of further actions and decisions.

Conclusion. With the help of economic analysis it is possible to obtain analytical information, which will be obtained as a result of research of the enterprise activity, assessment of its state. Based on these data, management decisions are made. Therefore, a correctly constructed algorithm for conducting economic analysis enables us to obtain reliable, accurate information and, as a result, will serve as a basis for increasing performance. Consequently, it can be concluded that economic analysis plays an important role in the enterprise's activity, in particular the analysis of fixed assets, since the latter are one of the most important components of the enterprise's resources and play a significant role in its production efficiency and efficiency in general.

Ключові слова: аналіз, основні засоби, технічний стан, основні показники, ефективність, методика, факторний аналіз

Ключевые слова: анализ, основные средства, техническое состояние, основные показатели, эффективность, методика, факторный анализ

Keywords: analysis, fixed assets, technical condition, key indicators, efficiency, methodology, factor analysis

ВСТУП

Однією із найбільш важливих складових частин ресурсів підприємства, що відіграють вагомий роль в його продуктивності є основні засоби. Їх відповідність якісним та технічним характеристикам має позитивний вплив на господарську діяльність та підвищує конкуренто-

спроможність підприємства на ринку в цілому. Основні засоби є чи не найголовнішим ресурсом виробничого потенціалу, що обумовлює їх важливість.

У процесі діяльності виникає необхідність у проведенні економічного аналізу основних засобів підприємства, що є одним із головних напрямків аналізу

загалом. Пріоритетними завдання є оцінка забезпеченості підприємства об'єктами основних засобів, ефективність їх використання, виявлення резервів та напрямів їх усунення [1].

Продуктивна діяльність окремих підприємств призводить до побудови ефективної економіки на вищих рівнях, – ця продуктивність значною мірою залежить від стану основних засобів на кожній одиниці діяльності і визначає можливості кожної галузі економіки, та темпи їх розвитку.

На сучасному етапі є дуже актуальним питання проведення економічного аналізу та дослідження виявлених у процесі проблем задля прийняття відповідних управлінських рішень стосовно їх усунення. У вирішенні даного питання визначна роль належить комплексному аналізу відтворення основних засобів.

Враховуючи актуальність даної теми, це питання було розглянуто багатьма зарубіжними та вітчизняними науковцями, що зробили вагомий внесок у його дослідженні. Серед яких Ф.Ф. Бутинець, А.В. Щербина, Т.Г. Маренич, Т.А. Бурова та інші.

Не дивлячись на достатньо велику кількість проведених досліджень, питання ефективного управління основними засобами є відкритим та актуальним. Існують моменти, які потребують більш детального аналізу та виявлення шляхів вдосконалення та нових пропозицій стосовно їх вирішення. До них слід віднести питання оптимізації структури основних засобів у відповідності до специфіки діяльності, питання своєчасного оновлення основних засобів та приведення їх технічного та якісного станів до певних норм та вимог, що сприятимуть покращенню загальних економічних показників.

МЕТА РОБОТИ полягає у висвітленні ролі економічного аналізу основних засобів у процесі здійснення господарської діяльності підприємств та прийнятті управлінських рішень. Розглянути методи та алгоритм проведення економічного аналізу основних засобів.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною основою для проведення дослідження виступили загальнонаукові методи економічного аналізу, факторний аналіз, систематизація, групування та узагальнення отриманої інформації.

РЕЗУЛЬТАТИ

Економічний аналіз, відповідно до об'єктів які досліджуються, має фінансову та нефінансову сторони внаслідок чого розподіляється на окремі елементи. Для того щоб вихідна аналітична інформація була доцільною та достовірною, інформаційна база на основі якої проводиться аналіз, повинна бути об'єктивною, точною та повною. Як наслідок, у випадку невідповідності звітної інформації визначеним критеріям, економічний аналіз буде проведено не на належному рівні і його результати не принесуть жодної користі. А отримана інформація, натомість, може зашкодити і призвести до помилково прийнятих управлінських рішень.

Інформація, яка буде використовуватися у процесі аналізу, повинна бути обов'язково перевіреною, також повинна бути забезпечена можливість порівнянності даних. Бухгалтерська інформація та звітність покладаються в основу дослідження та є інформаційною базою

для економічного аналізу, так як несе в собі відображення всіх господарських операцій підприємства та його фінансових результатів [2].

В основі проведення господарської діяльності будь-якого підприємства є його основні засоби. Рациональність їх використання та ефективність управління ними мають вплив на виробництво в загальному. Оскільки основні засоби відіграють вагомий роль для підприємства, виникає гостра потреба в проведенні їх аналізу. Аналітична інформація, отримана в його результаті, несе зазвичай внутрішній характер, адже призначена для внутрішніх користувачів, – в основному це керівники підприємств, які приймають рішення стосовно будь-яких дій з основними засобами. Це може бути як їх оновлення, модернізація, зміна напрямку застосування, з метою підвищення ефективності тощо.

Визначити основні завдання економічного аналізу можна, враховуючи мету його проведення, об'єкт та предмет дослідження та його сутність в цілому. У випадку з основними засобами, можна виділити наступний перелік завдань:

1. Необхідно проаналізувати рівень забезпеченості основними засобами підприємства загалом і, розглядаючи його підрозділи, окремо. Виявити відповідність основних засобів технічним характеристикам.

2. Розглянути структуру основних засобів, динаміку їх оновлення та руху.

3. Оцінити продуктивність та ефективність їх використання.

4. Виявити резерви, які негативно впливають на господарський процес.

5. Розглянути вплив основних засобів на фінансові та економічні показники діяльності підприємства.

Період діяльності підприємства можна умовно поділити на деякі етапи і відповідно потреба у проведенні аналізу основних засобів залежить від тих чи інших факторів, якими супроводжуються ці етапи [3].

У період створення, становлення та розвитку, підприємство потребує досить детального та комплексного аналізу основних засобів, адже керівнику потрібно розуміти загальну потребу, кількість, технічні характеристики об'єктів основних засобів, якими йому необхідно забезпечити підприємство, задля досягнення найкращих результатів. Виявивши певні недоліки та невідповідності, керівник на даному етапі може внести корективи у програму виробництва, змінити напрямок діяльності, якщо це буде необхідним для підвищення ефективності, або ж переобладнати підприємство. Коли підприємство вже знаходиться на етапі зростання та на етапі зрілості, потреба у проведенні аналізу значно зменшується, адже процес вже налагоджений, стратегія та її механізми працюють. У такому разі загострюється увага лише на економічному аналізі руху та ефективності використання основних засобів. Коли підприємство поступово переходить до стадії старіння, виникає потреба проаналізувати технічний стан об'єктів основних засобів, їх структуру, адже вони вже не забезпечують тієї конкурентоспроможності та якості продукції, яка була раніше. Виникає необхідність модернізації та оновлення потужностей, забезпечити це можливо лише після розгляду аналітичної інформації, що є джерелом для прийняття управлінських рішень.

Проведення аналізу основних засобів можна поді-

лити на такі основні етапи:

1. Аналіз складу, структури основних засобів та їх динаміки, як в загальному, так і за класифікаційними ознаками.

2. Аналіз технічного стану основних засобів.

3. Аналіз раціональності та ефективності використання основних засобів.

Аналіз складу, структури основних засобів та їх динаміки дає можливість оцінити виробничу потужність підприємства, його продуктивність та виробничий потенціал. Для того щоб отримати інформацію з приводу якісного стану основних засобів, необхідно розглянути їх структуру за віковою характеристикою, відповідністю технічним вимогам, стандартам, здатністю забезпечувати підприємство необхідними результатами, оцінити ступінь їх зносу. Враховуючи темпи розвитку галузей економіки, спеціалізацію підприємств, необхідним є підвищення темпів оновлення основних засобів. Тому під час аналізу їх якісного стану застосовують також і показники оновлення (коефіцієнт оновлення) [4].

У процесі аналізу ефективності використання основних засобів, використовуються такі узагальнюючі показники як фондовіддача та фондомісткість.

В економічному аналізі використовують також показники рентабельності та оборотності основних засобів. За допомогою першого показника ми можемо побачити кількість чистого прибутку, яка отримується від кожної гривні основних засобів на підприємстві. Розрахувавши показник оборотності ми можемо відстежити той час, за який основні засоби повністю переносять свою вартість на виготовлену продукцію.

Для аналізу основних засобів підприємства використовують також один із найефективніших напрямків – факторний аналіз. Він дає можливість не тільки відстежити вплив кожного із факторів на зміни у досліджуваному показнику, а й виявити резерви діяльності. Найактуальнішими методами для проведення факторного аналізу основних засобів є метод абсолютних різниць та ланцюгових підстановок. Під час узагальнення отриманих результатів найчастіше використовують методи узагальнення та групування, систематизацію даних.

Методи, які застосовуються у процесі аналізу основних засобів, є актуальними, але в той же час постійно потребують вдосконалення, адже підприємства крок за кроком переходять до нових технологій, запроваджують нові сфери діяльності, що потребує зрушень та модернізації і в аналітичній сфері [5].

ВИСНОВКИ

Продуктивна діяльність окремих підприємств призводить до побудови ефективної економіки на вищих рівнях, – ця продуктивність значною мірою залежить від стану основних засобів на кожній одиниці діяль-

ності і визначає можливості кожної галузі економіки, та темпи їх розвитку.

В основі проведення господарської діяльності будь-якого підприємства є його основні засоби. Раціональність їх використання та ефективність управління ними мають вплив на виробництво в загальному. Оскільки основні засоби відіграють вагомий роль для підприємства, виникає гостра потреба в проведенні їх аналізу.

За допомогою економічного аналізу можна отримати аналітичну інформацію, яка буде одержана внаслідок дослідження діяльності підприємства, оцінки його стану. На основі цих даних приймаються управлінські рішення. Тому правильно побудований алгоритм проведення економічного аналізу дає можливість отримати достовірну, точну інформацію і як наслідок вона буде базисом для підвищення показників діяльності.

Отже, можна зробити висновок, що економічний аналіз відіграє важливу роль у діяльності підприємства, зокрема аналіз основних засобів, оскільки останні є однією із найбільш важливих складових ресурсу підприємства та відіграють вагомий роль в його виробничій продуктивності та ефективності в цілому.

Список використаних джерел

1. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» від 27.04.2000 р. № 92. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
2. Півторак А. Напрями підвищення ефективності використання основних засобів підприємства. URL: <http://www.srw.kspu.edu/?p=630>
3. Кандиба К.О. Аналіз ефективності використання основних засобів. Управління розвитком. 2014. № 3(166). С. 12-14.
4. Тарасюк Ю.В. Особливості аналізу використання основних засобів. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/studconf/421.pdf>.
5. Швець Н.В. Проблемні питання аналізу основних засобів підприємства. URL: http://www.businessinform.net/pdf/2012/8_0/159_162.pdf.

References

1. Regulation (standard) of accounting 7 "Fixed Assets" dated 27.04.2000, № 92. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00> (in Ukrainian)
2. Pivtorak A. Directions for increasing the efficiency of using the company's fixed assets. URL: <http://www.srw.kspu.edu/?p=630> (in Ukrainian)
3. Kandyba K.O. Analysis of the efficiency of the use of fixed assets. Development Management. 2014. № 3 (166). pp. 12-14. (in Ukrainian)
4. Tarasiuk Yu.V. Features of the analysis of the use of fixed assets. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/studconf/421.pdf> (in Ukrainian)
5. Shvets N.V. Problematic Issues in Analysis of Enterprise Essential Resources. URL: http://www.businessinform.net/pdf/2012/8_0/159_162.pdf. (in Ukrainian)

ТКАЧЕНКО

Сергій Анатолійович
nukoblikaudit@inbox.ru

УДК 657

ПОТИШНЯК

Олена Миколаївна



**АПОДИКТИЧНА АТРИБУЦІЯ
ФАКТИЧНОГО РОЗМІРУ
ВИТРАТ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО
РІВНЯ ЯКІСНИХ
ХАРАКТЕРИСТИК І
ТЕХНІЧНИХ ПАРАМЕТРІВ
(НОРМ) ПРОДУКЦІЇ**

**SIGNIFICANT DETERMINING
THE ACTUAL VALUE OF THE
COST OF PROVIDING A
COMPETITIVE LEVEL OF
QUALITY CHARACTERISTICS,
TECHNICAL PARAMETERS
(RULES) PRODUCTS**

д.е.н., доцент, в.о. ректора
Вищого навчального закладу
«Міжнародний технологічний
університет «Миколаївська
політехніка»

д.е.н., доцент, професор кафедри,
Харківський національний технічний
університет сільськогосподарства
ім. Петра Василенка

Аргументовано, що досягнення успіху у вирішенні питань квантифікації та аналізу і оцінки витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик й технічних параметрів готової продукції дозволить підприємствам (базам) промисловості та науково-виробничим об'єднанням отримувати достовірну інформацію про фактичну величину витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня технічних параметрів і якісних характеристик готової продукції. Обґрунтовано, що цей момент, без сумніву, займе провідне місце серед факторів, які справляють вплив на вироблення керівництвом підприємств промисловості і науково-виробничих об'єднань управлінських рішень орієнтованих на підвищення продуктивності їх маркетингових стратегій в умовах неподільного ринку.

* * *

Аргументировано, что достижение успеха в решении вопросов анализа и оценки, квантификации затрат на обеспечение конкурентоспособного уровня технических параметров и качественных характеристик готовой продукции позволит производственным объединениям и предприятиям промышленности получать достоверную информацию о фактической величине затрат на обеспечение конкурентоспособного уровня (степени) технических параметров (норм) и качественных характеристик готовой продукции. Обоснованно, что этот момент, несомненно, займёт ведущее место среди факторов, которые оказывают своё влияние на выработку руководством предприятий управленческих решений ориентированных на рост результативности их маркетинговых политик в условиях рынка.

* * *

Providing a competitive level of product quality is conditioned by the requirements of objective economic laws of the market economy system, acts as a determinative and leading factor in the impact of effective marketing activities of enterprises, one of the conditions for the continuous strengthening of competitive positions of producer companies of industrial products in the global market environment. After conducting research on the topic of ensuring a competitive level of product quality, we note the following shortcomings that do not allow enterprises to actively use them in practice: ensuring a competitive level of product quality is not considered as one of the important factors influencing the growth of competitiveness of the company on the market; the lack of an idea regarding the linking of costs to ensure a competitive level of product quality with the level of efficiency of marketing activities of enterprises; insufficient coverage of the fact that the weaknesses in the practice of the subsystems of planning, accounting, analysis, and evaluation and regulation do not provide an opportunity to determine the exact actual cost of providing a competitive level of product quality. The purpose of the paper is to prove that the provision of a competitive level of product quality is a determining factor in the impact of marketing and characterizes the effectiveness of the production and marketing strategy of enterprises on the basis of a reliable determination of the actual cost of production to ensure a competitive level of product quality, using the deeply developed practice of their planning, accounting, analysis and evaluation and regulation. Achieving success in solving quantification issues and analyzing and evaluating costs to ensure a competitive level of product quality will allow enterprises to receive reliable information about the actual cost of providing a competitive level of product quality. This point, without a doubt, will take a leading place among the factors that influence the development by management of enterprise management solutions focused on increasing the productivity of their marketing strategies in an indivisible market. Among the prospects for further research in this area of development, the following list of issues is of particular relevance: the general economic characteristic of expenses for ensuring a competitive level of product quality; planning, accounting, analysis and cost estimation to ensure a competitive level of product quality et al.

Ключові слова: аналіз, визначення, витрати, готова продукція, достовірний, забезпечення, конкурентоспроможний рівень, облік, планування, технічні параметри, управління, фактична величина, якісні характеристики

Ключевые слова: анализ, достоверный, качественные характеристики, конкурентоспособный уровень, обеспечение, определение, планирование, продукция, расходы, реальный размер, технические нормы, управление, учёт

Keywords: integrated economic analysis, determination, spending, finished products, authentic, providing, competitive level, Accounting, estimation, planning, technical parameters, management, actual value, target, qualitative characteristics

ВСТУП

Забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик та технічних параметрів готової продукції обумовлено вимогами об'єктивних виробничо-господарських законів системи ринкової економіки, виступає визначально-провідним фактором (чинником) впливу економічно ефективної (продуктивної) маркетингової діяльності підприємств промисловості і науково-виробничих об'єднань, однією із умов безперервного зміцнення конкурентоспроможних позицій фірм-продуцентів промислових видів готової продукції на теренах глобального ринкового середовища. Висловлена думка без сумніву підкреслює важливість та актуальність даної теми, створює потужне підґрунтя для проведення вченої дискусії із даної цільової задачі.

Провівши ретельні дослідження поглядів провідних вітчизняних і іноземних вчених-економістів [1-12] та інші на тему пов'язану із питаннями забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів готової продукції, відзначимо наступні дедукції. Без сумніву, усі автори приводять досить цікаві із наукової точки зору теоретичні концепції стосовно завдань (альтернатив) пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможного рівня якісних характеристик й технічних параметрів готової продукції, їх вклад у розвиток теоретичних та методологічних розробок не можливо переоцінити, а їхні фундаментальні праці звісно стануть класикою. Але усе ж роботи мають, на наш погляд, вагомі недоліки, які не дозволяють підприємствам промисловості і науково-виробничим об'єднанням активно їх використовувати на практиці, а саме: забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик й технічних параметрів готової продукції не розглядається як один із вагомих факторів впливу зростання конкурентоспроможності підприємства промисловості та науково-виробничого об'єднання на ринку; відсутність ідеї відносно ув'язки витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів готової продукції із рівнем економічної ефективності маркетингової діяльності підприємств промисловості та науково-виробничих об'єднань; недостатнє висвітлення того факту, що недоліки у практиці підсистем планування, бухгалтерського обліку, інтегрованого економічного аналізу і оцінки та регулювання не надають можливість визначити точну фактичну величину витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів (величин) готової продукції тощо.

МЕТА РОБОТИ

Тому, метою статті постає беззаперечне доведення змістовного твердження – забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик та технічних параметрів готової продукції виступає визначальним фактором впливу маркетингу і характеризує економічну ефективність виробничо-збутової стратегії підприємств промисловості та науково-виробничих об'єднань на основі достовірного визначення фактичної величини витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних пара-

метрів готової продукції із використанням глибоко розвиненої практики їх планування, бухгалтерського обліку, інтегрованого (комплексного) економічного аналізу та оцінки й регулювання.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретично-методологічною базою статті виступає діалектичний метод і основні положення теорії системи керування конкурентоспроможним рівнем якості продукції. У процесі дослідження використовувалися такі методи, як: *абстрактно-логічний* (для теоретико-методичного групування та формування висновків); *монографічний* (при наведенні теоретично-методологічних думок і метод системи управління конкурентоспроможним рівнем якості продукції).

РЕЗУЛЬТАТИ

За останній час увага до якісних характеристик й технічних параметрів готової продукції на підприємствах (об'єднаннях) промисловості значно зросла, що стало особливо помітним у сучасних умовах поглиблення та трансформації ринкових відносин у національній економічній системі країни.

Забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів виготовлюваної продукції вимагає проведення на підприємствах промисловості та науково-виробничих об'єднаннях великого обсягу робіт стосовно впровадження нової техніки і технологій, удосконалення організаційного забезпечення процесу виробництва, проведення досліджень, конструювання й інше. Для здійснення комплексу цих робіт на промислових підприємствах та науково-виробничих об'єднаннях щорічно передбачається витрачання великого обсягу грошових коштів. Стратегічна спрямованість і зацікавленість суб'єктів виробничо-господарської діяльності вимагає найбільш економічно ефективного (продуктивного) використання цих коштів, тобто забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик та технічних параметрів готової продукції повинне бути забезпечене мінімальними витратами матеріальних, трудових, грошових, інформаційних і таких інших ресурсів, при цьому досягнутий рівень якісних характеристик та технічних параметрів готової продукції повинен приводити до впевненого отримання науково-виробничим об'єднанням і підприємством промисловості максимально можливого маркетингового прибутку (приросту).

Економічно ефективне (результативне) використання грошових коштів, асигнованих (виділених) на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик та технічних параметрів готової продукції, передбачає проведення дієвого контролю за розміром зроблених витрат, що можливо лише за умови високого рівня організації робіт, пов'язаних із плануванням, бухгалтерським обліком, комплексним (планомірним) економічним аналізом і регулюванням витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик та технічних параметрів (норм) готової продукції тощо.

Однак, існуюча у цей час на підприємствах промисловості і науково-виробничих об'єднаннях машинобудування практика підсистем планування, бухгалтер-

ського обліку, комплексного (інтегрованого) економічного аналізу та регулювання витрат, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможного рівня якісних характеристик й технічних параметрів готової продукції, має досить вагомі недоліки, головним із яких виступає неточне визначення фактичної величини витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів (величин) готової продукції.

Зазначений комплекс недоліків не дозволяє правильно визначити розмір господарської (економічної) ефективності (дієвості) комерційно-виробничої діяльності підприємства промисловості та науково-виробничого об'єднання від забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів готової продукції, господарські (економічно) обґрунтовано встановити надбавки до оптових цін готової продукції із конкурентоспроможними (покращеними) споживчими властивостями та заважає більш повному використанню, розвитку процесів ринкових відносин.

Головними причинами недоліків при плануванні, бухгалтерському обліку, інтегрованому економічному аналізі і регулюванні витрат, пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможного рівня якісних характеристик та технічних параметрів готової продукції, виступають слабка теоретична розробка питань квантифікації і комплексного економічного аналізу та оцінки цих витрат і відсутність на підприємствах промисловості та науково-виробничих об'єднаннях відповідних методичних і інструктивних матеріалів.

ВИСНОВКИ

У результаті вище викладеного, візьмемо на себе відповідальність у ствердженні того беззаперечного факту, що досягнення успіху у вирішенні вищезазначеного вузлового проблемно-орієнтованого питання, на наш погляд, дозволить підприємствам промисловості та науково-виробничим об'єднанням отримувати достовірну інформацію (дані) про фактичну величину витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів готової продукції. Цей момент, без сумніву, займе провідне місце серед факторів (чинників), які справляють вплив на вироблення керівництвом підприємств промисловості та науково-виробничих об'єднань управлінських рішень орієнтованих на підвищення економічної ефективності (результативності) їх маркетингових (комерційно-виробничих) стратегій в умовах цілісного (єдиного) ринку. Серед перспектив подальших досліджень у цьому напрямку розвитку особливою актуальністю відрізняється перелік наступних питань: загальна господарська (економічна) характеристика витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів готової продукції; підсистеми (функції) планування, бухгалтерського обліку, інтегрованого економічного аналізу та оцінки витрат на забезпечення конкурентоспроможного рівня якісних характеристик і технічних параметрів (величин) готової продукції.

Список використаних джерел

1. Безпалов В.В., Лочан С.А., Петросян Д.С. Теория и практика управления развитием региональных экономических систем. Москва, 2016. 234 с.
2. Болдуин Р. Великая конвергенция: информационные технологии и новая глобализация: пер. с англ. Москва, 2018. 415 с.
3. Гордашников О.Ю. Инновационное развитие высших учебных заведений как фактор повышения их конкурентоспособности. Саратов, 2017. 105 с.
4. Горемыкин В.А. Основные направления инновационного развития промышленности. Москва, 2016. 279 с.
5. Городилов А.Б., Веселовская В.С. Адаптивное управление наукоёмким машиностроительным производством. Москва, 2017. 103 с.
6. Даниленко Н.Н. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг: теория и методика оценки. Москва, 2016. 158 с.
7. Загребельная Н.С. Международная конкурентоспособность автомобилестроительных компаний США. Москва, 2016. 199 с.
8. Карякина Л.А. Формирование и развитие кластерных образований в экономике. Москва, 2015. 149 с.
9. Перевозова О.В. Управление конкурентоспособностью менеджеров на рынке труда: особенности реализации управленческого потенциала. Челябинск, 2018. 111 с.
10. Рисин И.Е., Бунин Д.А. Новая промышленная политика крупного города: содержание, механизм реализации. Москва, 2016. 158 с.
11. Старцева Т.Е., Бронникова Т.С. Экономика и управление инновационным развитием предприятия: методологический инструментарий. Москва, 2015. 199 с.
12. Суворова Л.А., Кодолова Т.А. Экономическая оценка конкурентоспособности молочной продукции: методические и практические аспекты. Киров, 2017. 159 с.

References

1. Bezpalov V.V., Lochan S.A., Petrosjan D.S. Theory and practice of managing the development of regional economic systems. Moscow, 2016. 234 p. (in Russian).
2. Bolduin R. Great convergence: information technology and new globalization. Moscow, 2018. 415 p. (in Russian).
3. Hordashnikova O.Yu. Innovative development of higher education institutions as a factor in increasing their competitiveness. Saratov, 2017. 105 p. (in Russian).
4. Horemykin V.A. The main directions of innovative development of the industry. Moscow, 2016. 279 p. (in Russian).
5. Horodilov A.B., Veselovskaya V.S. Adaptive management of high-tech machine-building production. Moscow, 2017. 103 p. (in Russian).
6. Danilenko N.N. Competitiveness of service enterprises: theory and assessment methodology. Moscow, 2016. 158 p. (in Russian).
7. Zahrebelnaya N.S. The international competitiveness of US automotive companies. Moscow, 2016. 199 p. (in Russian).
8. Karyakina L.A. Formation and development of cluster formations in the economy. Moscow, 2015. 149 p. (in Russian).
9. Perevozova O.V. Managing the competitiveness of managers in the labor market: features of the implementation of management potential. Chelyabinsk, 2018. 111 p. (in Russian).
10. Risin I.E., Bunin D.A. New industrial policy of a large city: content, implementation mechanism. Moscow, 2016. 158 p. (in Russian).
11. Startseva T.E., Bronnikova T.S. Economics and management of innovative development of an enterprise: methodological tools. Moscow, 2015. 199 p. (in Russian).
12. Suvorova L.A., Kodolova T.A. Economic evaluation of the competitiveness of dairy products: methodological and practical aspects. Kirov, 2017. 159 p. (in Russian).

ЗАДОРЖНА

Анна Володимирівна
an_zador@ukr.net

УДК 338.5-048.455:[658:622](045)

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДИНАМІКА
ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИCURRENT STATE AND DYNAMICS
OF FOREIGN TRADE OF UKRAINEк.ф.-м.н., доцент, Львівський
національний університет ім.
Івана Франка

НАКОНЕЧНА

Ірина Ігорівна

магістр, Львівський
національний університет ім.
Івана Франка

У статті на основі статистичних даних розглянуто особливості розвитку зовнішньої торгівлі України. Досліджено динаміку сальдо зовнішньої торгівлі України, розглянуто динаміку зовнішньої торгівлі України протягом останніх років. Проаналізовано географічну та товарну структуру українського експорту та імпорту. Проведено оцінку граничної схильності до імпорту для України та запропоновано заходи для її зниження. Охарактеризовано головні проблеми розвитку вітчизняної зовнішньої торгівлі та намічено шляхи їх подолання. У статті використано метод аналізу і синтезу, порівняльно-історичний та графічний методи.

* * *

В статье на основе статистических данных рассмотрены особенности развития внешней торговли Украины. Исследовано динамику сальдо внешней торговли Украины, рассмотрено динамику внешней торговли Украины на протяжении последних лет. Проанализировано географическую и товарную структуру украинского экспорта и импорта. Проведено оценку граничной склонности к импорту для Украины и предложено меры для ее уменьшения. Охарактеризованы основные проблемы развития отечественной внешней торговли и намечены пути их преодоления. В статье использовано метод анализа и синтеза, сравнительно-исторический и графический методы.

* * *

Introduction. In modern conditions of national economies integration, the significant factor of the economic dynamics is the development of foreign trade. The problems of foreign trade of Ukraine were studied by many scientists. Among them, special attention should be paid to the conditions for the development of Ukrainian exports, overcoming obstacles to the formation of a powerful and competitive export sector of the economy.

The **purpose** of work – the investigation of the current state and dynamics of foreign trade of Ukraine as well as problems of its further development. The article uses the method of analysis and synthesis, comparative historical and graphical methods.

Results. The balance of foreign trade in goods and services in 2015 – the first half of 2018 was quite sharply reduced. So, in 2015 the difference between the export and import of goods and services in Ukraine was positive (3828,2 million USD). The situation deteriorated sharply in 2017 – the balance of foreign trade became negative (-2501,1 million USD). In the first half of 2018 the absolute value of the foreign trade balance decreased significantly, which is a positive development.

According to the structure of exports of Ukraine, the share of exports of goods significantly exceeds the share of exports of services in 2015-2018. So, in 2017, the share of exports of services in the export of goods and services decreased to 19.84 %. The trend towards a decrease in the share of exports of services persisted in 2017 (to 19.84%) and in the first half of 2018 (18,77%).

During 2015-2017 the proportion of imports of goods in Ukrainian imports has steadily increased. If it was 87.16 % in 2015, then in 2017 it was 90.05 %. The share of imports of goods continued to grow in the first half of 2018, in this period it was 91.04 %.

Today the negative factors have a decisive influence on the development of foreign trade in Ukraine. Firstly, it is a high energy intensity and cost of goods and services that are created in Ukraine. Secondly, the negative impact on the development of Ukrainian foreign trade today is caused by the volatility of the exchange rate and high interest rates on loans. Thirdly, the weak development of market institutions in the state has a significant negative impact.

Using the data of 2007-2017 years, the regression model of the dependence of imports on GDP was constructed and marginal propensity to import marginal propensity to import for Ukraine was calculated. Therefore, this index was 0,539, which negatively affects the value of the multiplier of government spending and reduces the efficiency of the Ukrainian economy. It should be noted, that reduction of the marginal propensity to import can be only with the full support of the state of Ukrainian enterprises and large-scale switching of the demand of the population of Ukraine for domestically produced goods.

Conclusion. The priorities for the development of Ukraine's foreign trade are determined by the necessary to transform it from a raw material appendage of economically developed countries to the country-producer of final products. In the process of the problems solving, it is important to take into account the experience of such countries as the USA, France, Japan, Germany, China and South Korea.

Ключові слова: зовнішня торгівля, експорт, імпорт, зовнішньоторговельні операції, міжнародна торгівля

Ключевые слова: внешняя торговля, экспорт, импорт, внешнеторговые операции, международная торговля

Keywords: foreign trade, export, import, foreign trade operations, international trade

ВСТУП

У сучасних умовах інтегрування національних економік вагомим чинником економічної динаміки є розвиток зовнішньої торгівлі. Для України розвиток зовнішньої торгівлі має особливе значення. Адже він сприятиме модернізації вітчизняної економіки, залу-

ченню іноземних інвестицій, новітніх технологій, нарощуванню обсягів експорту, забезпеченню передумов активного розвитку підприємств на інноваційній основі. Саме експортний потенціал є найважливішою характеристикою економічної міцї держави, що дозволяє проявити свої переваги на світовому ринку.

Проблеми зовнішньої торгівлі України досліджувалися багатьма науковцями. Особливий інтерес із погляду наукової розробки цих проблем становлять праці таких вітчизняних науковців, як В. Мовчан, Т. Мельник, Л. Івашова, А. Мазараки, Л. Кутідзе, Ю. Верланов, Н. Осадча, О. Школьнік, І. Орлик, Н. Резнікова та інших. Проте ці проблеми потребують подальшого дослідження. Серед них на особливу увагу заслуговують питання умов розвитку українського експорту, подолання перешкод на шляху формування потужного та конкурентоспроможного експортного сектора економіки.

МЕТА РОБОТИ – дослідження сучасного стану і динаміки зовнішньої торгівлі України, а також проблем її подальшого розвитку.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою статті є наукові праці та матеріали періодичних видань. Під час написання роботи застосовано методи аналізу і синтезу, порівняльно-історичний та графічний методи.

РЕЗУЛЬТАТИ

Розглянемо динаміку сальдо зовнішньої торгівлі України у 2015 – першому півріччі 2018 рр. (рис. 1).

На рис. 1 видно, що у досліджуваному періоді сальдо зовнішньої торгівлі України доволі різко зменшувалося. Так, у 2015 р. різниця між експортом та імпортом товарів та послуг в Україні мала додатне значення й становила 3828,2 млн. дол. США. У 2016 р. ситуація погіршилася за рахунок зменшення експорту та збільшення імпорту: сальдо зовнішньої торгівлі різко зменшилося на 85,85 % та становило 541,6 млн. дол. США. Утім, усе ж таки сальдо залишалося додатнім. У 2017 р. ситуація різко погіршилася – сальдо зовнішньої торгівлі стало від'ємним і становило -2501,1 млн. дол. США.

Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі України збереглося і у I півріччі 2018 р., хоча, як видно з рис. 1, його абсолютна величина істотно зменшилася, що є позитивним явищем. Розглянемо тепер динаміку українського експорту та імпорту (рис. 2). Доводиться констатувати, що у 2016 р. порівняно з 2015 р. український експорт товарів та послуг зменшився на 3,62 %. Натомість у 2017 р. спостерігалася його зростання на 16,55 % порівняно з попереднім роком. Мало місце

зростання вітчизняного експорту і у I півріччі 2018 р. – на 11,14 % порівняно з аналогічним періодом 2017 р. Більш стійка тенденція до зростання спостерігалася у динаміці українського імпорту. У 2016 р. він зріс на 3,71 % порівняно з попереднім роком. У 2017 р. темп його приросту порівняно з 2016 р. склав 23,58 %, а у I півріччі 2018 р. він виявився більшим на 13,53 %, ніж в аналогічному періоді 2017 р.

Розглянемо структуру експорту України (рис. 3). Як бачимо, частка експорту товарів істотно переважає частку експорту послуг. Так, у 2015 р. у структурі 79,66 % припадає на експорт товарів, тоді як 20,34 % – на експорт послуг. У 2016 р. питома вага експорту товарів зменшилася до 78,65%, тоді як частка експорту послуг зросла до 21,34 %. Натомість у 2017 р. питома вага експорту послуг у експорті товарів та послуг зменшилася до 19,84 %. Тенденція до падіння питомої ваги експорту послуг збереглася, на жаль, і у I півріччі 2018 р. У цьому періоді вона склала 18,77%.

Тепер про структуру українського імпорту товарів та послуг (рис. 4).

Протягом 2015-2017 рр. питома вага імпорту товарів в українському імпорті неухильно зростала. Якщо у 2015 р. вона становила 87,16 %, то у 2017 р. – 90,05 %. Продовжилося зростання питомої ваги імпорту товарів і у I півріччі 2018 р. У цьому періоді вона склала 91,04 %.

Географічну структуру українського експорту в січні-серпні 2018 р. відображає рис. 5 [1]. У цьому періоді найбільша питома вага в українському експорті припадала на експорт в Росію – 7,92 %. Далі йшли Польща (6,98 %), Гренландія (6,5 %), Італія (5,88 %) та Замбія (5,92 %). У цьому ж періоді головними країнами-імпортерами для України були Росія (14,18 %), Китай (12,6 %), Німеччина (11,10 %) та Екваторіальна Гвінея (8,35 %) (рис. 6).

Стосовно товарної структури експорту, – Україна експортує більшою мірою зернові культури, насіння та плоди олійних культур, руди, шлак, золу, деревину та вироби з дерева, чорні метали та вироби з них тощо. Імпортує Україна такі товари та послуги: палива мінеральні, нафта і продукти її перегонки, фармацевтична продукція, хімічна продукція, полімерні матеріали, електричні машини, реактори ядерні, котли та машини, добрива, органічні хімічні сполуки тощо.

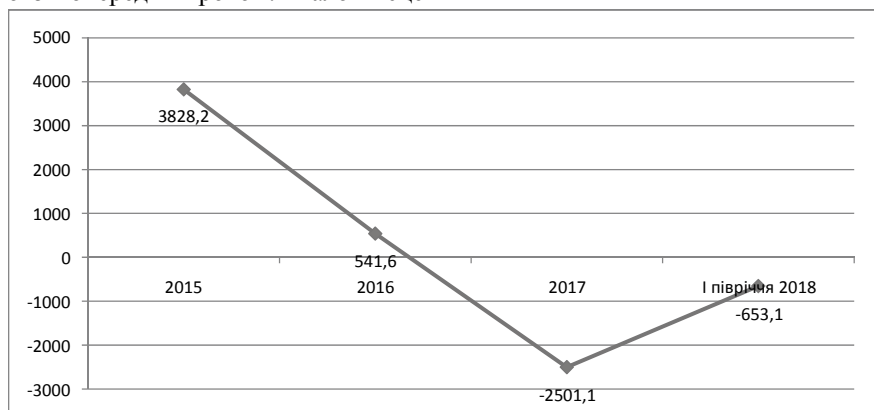


Рис. 1. Сальдо зовнішньої торгівлі товарами та послугами 2015 – I півріччя 2018 рр. (млн. дол. США)
[складено за даними [1]]

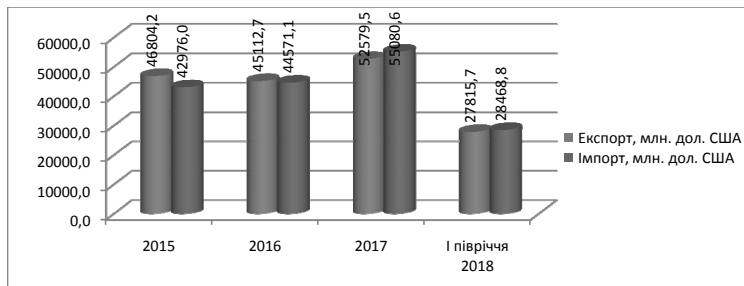


Рис. 2. Динаміка експорту та імпорту товарів та послуг в Україні у 2015 – I півріччі 2018 рр. (млн. дол. США) [складено за даними [1]]

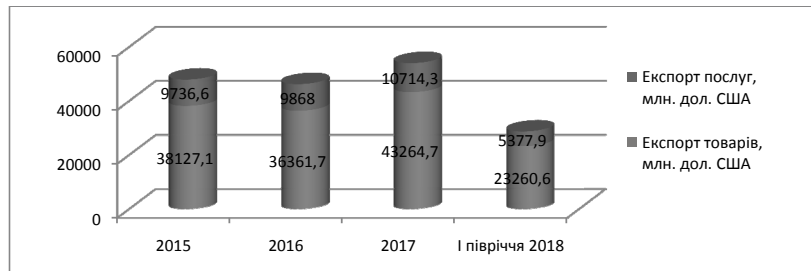


Рис. 3. Структура українського експорту у 2015 – I півріччі 2018 рр. (млн. дол. США) [складено за даними [1]]

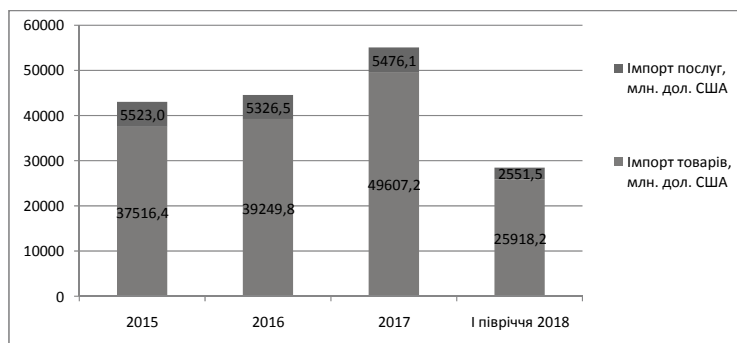


Рис. 4. Структура українського імпорту у 2015 – I півріччі 2018 рр. (млн. дол. США) [складено за даними [1]]

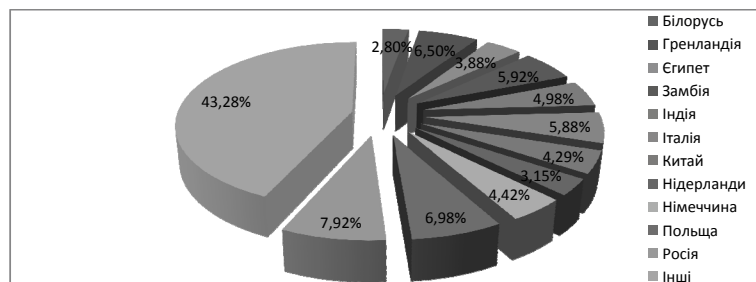


Рис. 5. Географічна структура експорту товарів та послуг Україною: січень – серпень 2018 р.

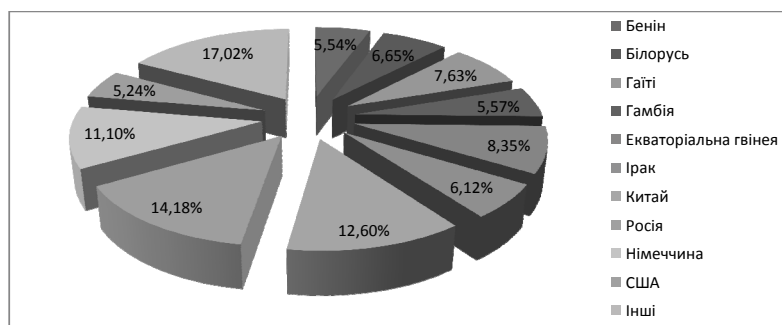


Рис. 6. Географічна структура імпорту товарів та послуг Україною: січень – серпень 2018 р.

Сьогодні на розвиток зовнішньої торгівлі України вирішальний вплив має низка негативних факторів. По-перше, це висока енергомісткість та собівартість товарів та послуг, що створюються в Україні. Так, сьогодні підприємства України використовують застарілі та доволі енергомісткі технології, що здорожчує вироблені товари та послуги і відповідно робить їх неконкурентоспроможними. По-друге, негативний вплив на розвиток української зовнішньої торгівлі сьогодні справляють нестабільність валютного курсу та високі відсоткові ставки на кредити, які не дають можливості підприємствам залучати позикові кошти та використовувати їх для удосконалення виробництва. По-третє, значний негативний вплив справляє нерозвиненість ринкових інститутів в державі. Так, підприємствам України доволі важко здійснювати свою діяльність на зовнішньому ринку через постійні зміни законодавства [2]. Говорячи про стан зовнішньої торгівлі України, неможна не сказати про структуру продукції, яка експортується з України та імпортується нею. Україна постачає на експорт переважно напівфабрикати. Натомість в продукції, що імпортується в Україну, домінує кінцева продукція. Це є істотним чинником відставання нашої України від промислово-розвинених країн [3].

Важливою характеристикою стану зовнішньої торгівлі є гранична схильність до імпорту. Цей показник був обчислений за допомогою регресійної моделі залежності імпорту від ВВП на основі даних за 2007–2017 рр. [4, 5]. Отримана модель має такий вигляд:

$$F_t = -7432,692906 + 0,53923732Y_t,$$

де F_t – обсяги українського імпорту; Y_t – ВВП України.

Свідченнями адекватності цього рівняння є коефіцієнт детермінації, який становить 0,938, та низький коефіцієнт автокореляції залишків, а саме -0,036. Отже, гранична схильність до імпорту для України становила 0,539, що негативно позначається на значенні мультиплікатора державних видатків і знижує ефективність регулювання української економіки. Слід зауважити, що зниження граничної схильності до імпорту може бути тільки за умови всілякої підтримки державою українських підприємств і масштабного переключення попиту населення України на товари вітчизняного виробництва. З метою покращання стану зовнішньої торгівлі України належить, насамперед, здійснити такі заходи. По-перше, потрібно забезпечити істотне зростання інвестицій передових зарубіжних компаній у сферу машинобудування та інші високотехнологічні сфери виробництва, в яких Україна має достатнє наукове забезпечення. По-друге, необхідно скористатися досвідом Китаю, де для кожної країни-партнера розробляється своя стратегія зовнішньоекономічної діяльності. По-третє, потрібно налагодити співробітництво з Китаєм, Японією, Південною Кореєю. У справі просування на європейські ринки та у виробництві кінцевої продукції з використанням

їхніх потужностей убачається перспективним для України. По-четверте, урахувати досвід США та інших розвинених країн, в яких виробники перед здійсненням зовнішньоекономічної експансії, “нарошували м’язи” саме завдяки внутрішньому ринку [6].

ВИСНОВКИ

Першочергові завдання з розвитку зовнішньої торгівлі України визначаються необхідністю перетворення її від сировинного придатку економічно розвинених країн на країну-виробника кінцевої продукції. У процесі вирішення цих завдань важливо ураховувати досвід таких країн, як США, Франції, Японії, Німеччини, Китаю, Південної Кореї.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. П'янова О.В., Ралко О.С. Зовнішня торгівля України: проблематика структурних змін та пріоритетів. *Економіка і суспільство*. 2016. № 5. С. 65–71. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/11.pdf
3. Ростовська Д.С. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України // Міжнародна науково-практична інтернет-конференція “Другі економіко-правові дискусії”: Секція 10. Світова економіка та міжнародні економічні відносини. 2014. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1104/>
4. Статистичний збірник “Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2012 році” / Державна служба статистики України. К.: Консультант, 2013. Т. 1. 139 с.
5. Статистичний збірник “Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2017 році” / Державна служба статистики України. К.: Консультант, 2018. 147 с.
6. Романенко В.А., Лебедева Л.В. Зовнішня торгівля України з ЄС: тенденції, проблеми, перспективи // *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 71–77. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/11.pdf

References

1. State Statistics Service. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).
2. Pyankova O.V., Ralko O.S. Foreign trade of Ukraine: problems of structural changes and priorities // *Economy and Society*. 2016. Issue 5. pp. 65–71. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/5_ukr/11.pdf (in Ukrainian).
3. Rostovska D.S. Current situation, problems and prospects of development of foreign trade of Ukraine // *International scientific and practical Internet conference "Second economic-legal discussions": Section 10. The world economy and international economic relations*. 2014. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1104/> (in Ukrainian).
4. Statistical compilation “Foreign trade of Ukraine in goods and services in 2012” / *State Statistics Service of Ukraine*. Kyiv: Konsultant, 2013. Vol. 1. 139 p. (in Ukrainian).
5. Statistical compilation “Foreign trade of Ukraine in goods and services in 2017” / *State Statistics Service of Ukraine*. Kyiv: Konsultant, 2018. 147 p. (in Ukrainian).
6. Romanenko V.A., Lebedeva L.V. Ukraine's foreign trade with the EU: trends, problems, prospects // *Economy and Society*. 2017. Issue 9. pp. 71–77. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/11.pdf (in Ukrainian).