

## Раздел 2. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 339.9

Абдулгазис В. С.

### ОЦІНКА ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

*Проведено дослідження структури телекомунікаційного ринку України та визначено рівень його транснаціоналізації, проведено оцінку ступеню нерівномірності розподілу доходів операторів зв'язку та аналіз конкурентного середовища в сфері телекомунікацій.*

**Ключові слова:** транснаціональні корпорації, індекс транснаціоналізації, телекомунікаційний ринок, телекомунікаційні послуги, крива Лоренца, індекс Лінда.

*Проведено исследование структуры телекоммуникационного рынка Украины и определен уровень его транснационализации, проведена оценка степени неравномерности распределения доходов операторов связи и анализ конкурентной среды в сфере телекоммуникаций.*

**Ключевые слова:** транснациональные корпорации, индекс транснационализации, телекоммуникационный рынок Украины, телекоммуникационные услуги, кривая Лоренца, индекс Линда.

*Research of structure of telecommunication market of Ukraine is conducted and the level of him is certain multinational, the estimation of degree of unevenness of allocation of profits of operators of connection and analysis of competition environment is conducted in the field of telecommunications.*

**Key words:** multinational corporations, index of multinational, telecommunication market of Ukraine, telecommunication services, curve of Lorenz, an index is Linda.

**Постановка проблеми.** В умовах розвитку міжнародних відносин і інтеграційних процесів в Україні розвиток телекомунікацій і інформаційних технологій є особливо важливим. Однієї з високотехнологічних сфер діяльності, що динамічно розвиваються, навіть в умовах перманентної кризисності, виступає ринок телекомунікаційних послуг. Сьогодні розвиток цього сектора економічної активності супроводжується широкомасштабним географічним перерозподілом прибутків від продажів, трансформацією традиційних форм діяльності, організаційною оптимізацією. Український телекомунікаційний ринок характеризується класичною олігополістичною структурою з усіма відповідними макроекономічними ризиками і наслідками. Саме тому ця галузь вимагає надзвичайно серйозної регламентації з боку держави, оскільки актуалізує блок проблем, пов'язаних із захистом інформації, економічною безпекою, інноваційним розвитком. У цьому контексті перед Україною стоїть надзвичайно серйозна проблема як в площині управління сектором, в якому домінує іноземний капітал у вигляді транснаціональних корпорацій, так і відносно завдань по забезпеченню розвитку інноваційного потенціалу економіки за допомогою розвитку ринку телекомунікаційних послуг.

**Аналіз літератури.** Аналізу процесів формування і розвитку транснаціональних корпорацій (ТНК), причинам і механізму їх стійкості, формам і особливостям їх діяльності присвячено

досить багато робіт вчених усіх шкіл і напрямів економічної думки минулого століття. Розвитку телекомунікаційного ринку України також приділено багато уваги з боку як вітчизняних економістів Г. В. Толкачевой [1], Ю. В. Мельниковой [2], А. Н. Полонской, Л. А. Захарченко, М. Арсенова та ін., так і зарубіжних аналітичних компаній [3]. Динамізм цієї сфери в умовах інтеграції і глобалізації економіки вимагає ретельного і глибокого вивчення і оцінки параметрів транснаціоналізації вітчизняного телекомунікаційного ринку з визначенням структурних змін в конкурентному середовищі.

**Мета дослідження** – проведення оцінки рівня транснаціоналізації телекомунікаційного ринку України.

**Виклад основного матеріалу.** Якщо проаналізувати розподіл ринку стільникового зв'язку, то результати вказують на користь ТНК, які діють в багатьох країнах світу та розглядають ринок України в якості достатньо перспективного та динамічно зростаючого середовища для подальшої транснаціоналізації їх діяльності. «Київстар GSM» забезпечує покриття території, на якій проживає 99% населення України, охоплюючи мережею всі міста, більшість населених пунктів, всі основні національні та регіональні траси, більшість морських та річкових узбережжів України. 43,5% акцій «Київстар GSM» належить російській «Альфа-груп», 56,5% – норвезькій «Telenor». Компанія працює під брендами «Київстар», «Djuice» та «Мобіліч» [4]. «Київстар» –

найдорожчий бренд на ринку мобільного зв'язку України, він оцінюється експертами в 2,5 млрд. дол.

Компанія «Мобільні ТелеСистеми» (Російська Федерація) – мережа операторів, яка охоплює більше 95% території України, де проживає 99% населення. Компанія представляє бренди «МТС» та «Jeans» [4]. «Астеліт» працює на українському ринку з початку 2005 року. Компанія надає послуги під брендом «Life:)» на території якої проживає 91% населення України. Мережа компаній сьогодні працює у всіх містах з населенням більше 35% тис. чоловік та більше ніж в 22 тис. інших населених пунктах, а також на всіх основних автомагістралях країни [5].

Єдиним власником компанії «Астеліт» є Euroasia Telecommunications holdings B.V. (Нідерланди), 54,8% акцій якої належать турецькій компанії Turkcell, 45,2% – компанії «Систем Кепітал Менеджмент».

«Українські радіосистеми» – дочірня компанія «Вимпелкома» (Російська Федерація) – надає послуги мобільного зв'язку під торговою маркою «Beeline» з квітня 2006 року. Мобільна мережа всієї компанії покриває територію, на якій мешкає 86% населення України [5].

Експертна оцінка потенціального обсягу українського ринку телекомунікаційних послуг з використанням ІР – технологій визначається у розмірі 2,4–2,8 млрд. грн. у рік. Прогнозується подальше прискорення темпів зростання даного сегменту в 3–5 разів до кінця 2011 року [4].

Треба зазначити, що розглядаючи темпи зростання абонентської бази та чистих прибутків операторів мобільного зв'язку України, видно, що великі гравці такі, як «Київстар» та «МТС», зазнали від'ємне зростання у кількості абонентів та невеличке зростання чистого доходу, порівняно з компаніями «Астеліт» та «Українські радіосистеми» у 2010 р. Це вказує на те, що попри очевидний переважаючий фінансовий потенціал впливових гравців ринку, менш потужні учасники можуть надавати їм гідну конкуренцію через активне застосування маркетингових технологій, зокрема, через гнучку тарифну політику з огляду відносно подібної якості послуг.

Як вже зазначалось, важливу роль на ринку телекомунікаційних послуг України відіграють компанії-нерезиденти, оскільки провідний сегмент ринку мобільного зв'язку представлено виключно операторами, чії активи сформовано за рахунок коштів за межами України. Значимість цього сегменту обумовлена й тим, що він забезпечує близько 60% доходів галузі, а відтак є всі підстави висловити припущення щодо важливого впливу діяльності міжнародних компаній в особі ТНК російського, норвезького та турецько-

го походження на галузевий розвиток в цілому. З метою оцінки рівня транснаціоналізації в сфері надання телекомунікаційних послуг України вважаємо за доцільне скористатись алгоритмом розрахунку індексу транснаціоналізації, який застосовується експертами ЮНКТАД для оцінки рівня транснаціоналізації компаній [6], що входять в перелік провідних фінансових та не фінансових корпорацій світу.

$$ТН_i = 1/3 \cdot (\sum(A_{ij} / A_i) + \sum(E_{ij} / E_i) + \sum(P_{ij} / P_i)) \cdot 100\%, \quad (1)$$

де  $ТН_i$  – індекс транснаціоналізації;

$A_{ij}$  – зарубіжні активи  $j$ -ТНК за  $i$ -й період;

$A_i$  – сукупні активи  $j$ -ТНК за  $i$ -й період;

$E_{ij}$  – дохід підрозділів  $j$ -ТНК, отриманий на зарубіжних ринках  $j$  за  $i$ -й період;

$E_i$  – сукупний дохід  $j$ -ТНК за  $i$ -й період;

$P_{ij}$  – кількість зарубіжного персоналу  $j$ -ТНК за  $i$ -й період;

$P_i$  – загальна кількість робітників  $j$ -ТНК за  $i$ -й період.

Використання методики ЮНКТАД для розрахунку рівня транснаціоналізації окремої галузі, а в нашому випадку галузі зв'язку є виправданим. Рівень транснаціоналізації підприємства (компанії) експерти ЮНКТАД визначають через співвідношення цілої низки індикаторів діяльності (дохід, активи, чисельність персоналу) на зарубіжних ринках компанії та сукупних показників. В нашому випадку індекс транснаціоналізації галузі може бути розрахований як інтегральний показник, який вказує на співвідношення показників діяльності найбільш потужних операторів галузі, які є складовою транснаціональних корпоративних систем, та сукупних показників галузі зв'язку.

Формалізацію цього співвідношення представимо у вигляді формули:

$$ТН_{i3} = 1/3 \cdot (\sum(A_{ij3} / A_{i3}) + \sum(E_{ij3} / E_{i3}) + \sum(P_{ij3} / P_{i3})) \cdot 100\%, \quad (2)$$

де  $ТН_{i3}$  – індекс транснаціоналізації галузі зв'язку;

$A_{ij3}$  – зарубіжні активи  $j$ -ТНК – оператора галузі за  $i$ -й період;

$A_{i3}$  – сукупні активи галузі зв'язку за  $i$ -й період;

$E_{ij3}$  – дохід підрозділів  $j$ -ТНК – оператора галузі, отриманий на зарубіжних ринках  $j$  за  $i$ -й період;

$E_{i3}$  – сукупний дохід галузі зв'язку за  $i$ -й період;

$P_{ij3}$  – кількість зарубіжного персоналу  $j$ -ТНК – оператора галузі за  $i$ -й період;

$P_i$  – загальна кількість робітників галузі зв'язку за  $i$ -й період.

Для визначення індексу транснаціоналізації галузі телекомунікаційних послуг України були використані дані офіційної статистики Державного комітету статистики України, та оприлюд-

нені дані самих компаній операторів мобільного зв'язку.

Використовуючи зазначену формулу та наведені дані, визначимо індекс транснаціоналізації ринку послуг мобільного зв'язку України за 2002–2010 рр. (рис. 1). Отримані результати дозволяють вийти на відповідний висновок щодо посилення рівня транснаціоналізації в сфері надання телекомунікаційних послуг. Його динаміка вказує на те, що визначальну роль в форму-

ванні доходів галузі, нарощуванні активів, зайнятості відіграють саме оператори – представники транснаціональних корпоративних структур.

Враховуючи той факт, що наразі на ринку сформована олігополістична структура за участі компаній-не-резидентів, вкрай необхідним є формування адекватної регуляторної політики держави, яка здатна нівелювати ризики іноземного домінування.

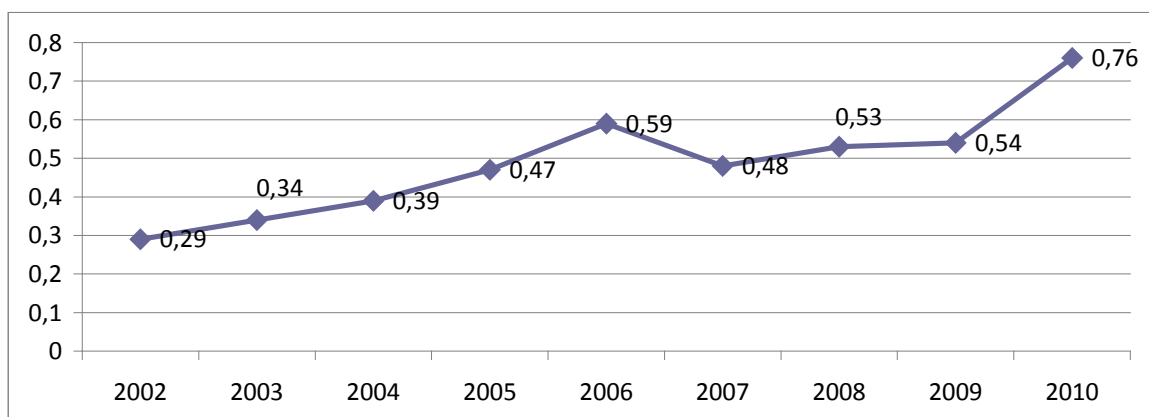


Рис. 1. Індекс транснаціоналізації сектору послуг мобільного зв'язку України за 2001–2009 рр.

\*Складене автором.

Для оцінки ступеню нерівномірності доходів операторів скористаймося побудовою кривої Лоренца [7]. Її використання дозволяє оцінити рівномірність розподілу доходів між провідними операторами ринку мобільного зв'язку України.

Скористаймося вихідними даними, які дозволять сформувати криву Лоренца для ринку телекомунікаційних послуг в розрізі сектору мобільного зв'язку. Узагальнюючі результати представлено на рис. 2 у вигляді кривої Лоренца.

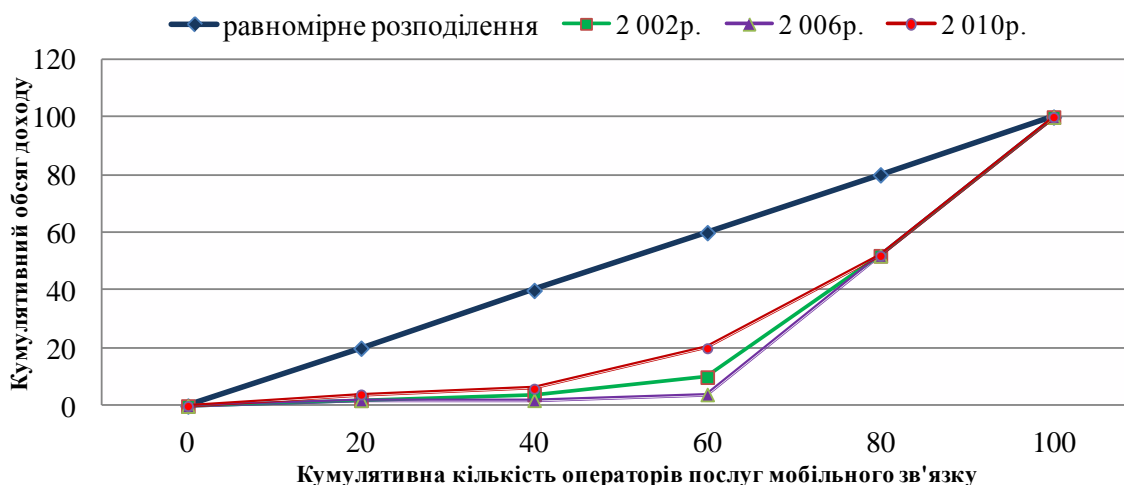


Рис. 2. Крива Лоренца щодо ступеню нерівномірності розподілу доходів операторів послуг мобільного зв'язку України у 2002, 2006, 2010 рр.

\*Складене автором.

Форми кривих Лоренца, що ілюструють рівень розподілу в 2002, 2006, 2010 рр., підтверджують дослідження щодо вкрай деформованої структури ринку телекомунікаційних послуг. Попри зміни в позиціях операторів-лідерів, що

відбулися в 2008–2009 рр., суттєвого впливу на структурні зрушення в конкурентному середовищі, а відтак і в рівні розподілу доходів не спостерігається. В 2002 р. на 2 провідні компанії-оператори мобільного зв'язку доводилось близь-

ко 97,5% сукупних доходів сектору. В 2006 р. – майже 96%, а в 2010 р. на 3 основні компанії-оператори вже припадало майже 95%.

Для поглиблення аналізу конкурентного середовища в сфері телекомунікаційних послуг України використаємо індекс Лінда, який отримав широке застосування в країнах ЄС. Даний показник був запропонований співробітником Комісії ЄС в Брюсселі Ремо Лінда [8].

Індекс Лінда, як і індекс концентрації, розраховується лише для кількох ( $m$ ) найбільших компаній ринку, а відтак також не враховує ситуації на «периферії» ринку. Разом з тим, на противагу індексу концентрації, цей індекс є орієнтованим на врахування відмінностей в «ядрі» ринку.

Індекс Лінда визначає ступінь нерівності між компаніями-лідерами на ринку послуг мобільного зв'язку. Отримані результати на основі розрахунку компонентів індексу Лінда за 2008–2010 рр. представлено в таблиці 1.

Таблиця 1.

Індекс Лінда для ринку послуг мобільного зв'язку України в 2008–2010 рр.\*

	2008 р.	2009 р.	2010 р.
<b>k=2</b>			
<b>Q1</b>	1,30	1,25	1,34
<b>П2</b>	<b>0,65</b>	<b>0,63</b>	<b>0,67</b>
<b>k=3</b>			
<b>Q1</b>	1,60	1,48	1,75
<b>Q2</b>	1,86	1,62	2,22
<b>П3</b>	<b>0,58</b>	<b>0,52</b>	<b>0,66</b>
<b>k=4</b>			
<b>Q1</b>	2,25	2,08	2,48
<b>Q2</b>	3,15	2,79	3,76
<b>Q3</b>	8,67	8,60	10,03
<b>П4</b>	<b>1,17</b>	<b>1,12</b>	<b>1,36</b>

\*Складено автором.

Використовуючи розрахунки індексу Лінда за 2002, 2006 та 2010 рр., які показали, що межа «жорсткої» олігополії на вітчизняному ринку телекомунікаційних послуг в розрізі послуг мобільного зв'язку окреслилася трьома операторами, можна стверджувати щодо їх взаємозалежності та спрощення паралельної поведінки на ринку. Як наслідок, помічається зростання загрози колективного домінування компаній-нерезидентів як форми ринкової монополізації. З огляду на зазначену небезпеку та недостатню розвиненість цього напрямку антимонопольного регулювання в Україні державна політика у сфері концентрації капіталу на ринку телекомунікаційних послуг вимагає якісно нових підходів.

Зазначена проблема обумовлює подальший аналіз стану, проблем та тенденцій розвитку процесу концентрації капіталу компаній-нерези-

дентів на ринку телекомунікаційних послуг України, що дозволить більш повно встановити ефективні механізми та засоби державного регулювання концентрації, а відтак буде сприяти поновленню економічного зростання в Україні в умовах виходу із фінансово-економічної кризи.

В результаті проведеного аналітичного дослідження можна зробити наступні **висновки**:

- отримані результати дозволяють зробити висновки щодо посилення рівня транснаціоналізації в сфері надання телекомунікаційних послуг, а його зміни вказують на визначальну роль в формуванні доходів галузі, нарощуванні активів, зайнятості операторів – представників транснаціональних корпоративних структур;
- дослідження підтверджують щодо вкрай деформованої структури ринку телекомунікаційних послуг, в якій спостерігається зростання загрози колективного домінування компаній-нерезидентів як форми ринкової монополізації;
- на сучасному етапі виникла необхідність кординальних змін державної політики у сфері концентрації капіталу на ринку телекомунікаційних послуг.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Толкачёва Г. В. Экономическая эффективность современных услуг связи : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.07.04 / Г. В. Толкачёва ; Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины. – Одесса, 2004. – 172 с.
2. Мельникова Ю. В. Пути совершенствования регулирования и активизации инвестиционной деятельности в сфере телекоммуникаций / Ю. В. Мельникова [Электронный ресурс] // II Другий щорічний конкурс державних службовців України. Київ, 18 червня 2009. – Товариство кращих державних службовців України. – Режим доступу : <http://kds.org.ua>.
3. Structure of telecommunication market of Ukraine [Электронный ресурс] // Deloitte company, 2011. – Режим доступу : <http://deloitte.com>.
4. Анализ динамики мобильного рынка Украины [Электронный ресурс] // Iks-consulting, 2011. – Режим доступу : <http://iksc consulting.ru>
5. Ринок телекомунікаційних послуг і розвиток інформатизації в АР Крим : [економічна доповідь] / Головне управління статистики в АР Крим ; [ред. Полонська Н. О.] – Сімферополь, 2011. – 41 с.
6. World Investment Report. The Largest Transnational Corporations and Corporate Strategies. – New York ; Geneva : UNCTAD, 2008.
7. Хисамутдинов И. А. Основы экономики и теории рынка : учебник / И. А. Хисамутдинов. – [2-е изд. перераб. и доп.]. – Уфа : УГНТУ, 2010. – 772 с.
8. Есипов В. Е. Цены и ценообразование : учеб. пособие / В. Е. Есипов. – [4-е изд.]. – СПб. : ПИТЕР, 2006. – 560 с.

## ДИНАМІКА ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ В ПОСТКРИЗОВИХ ГЛОБАЛЬНИХ УМОВАХ

*У статті досліджуються проблеми розвитку ринку венчурного фінансування в глобальних умовах розвитку, виявляються принципові кількісні і якісні тенденції та його трансформації, а також пропонуються найоптимальніші схеми венчурного фінансування на основі досвіду країн Тріади.*

**Ключові слова:** венчурний капітал, фінансування, ризиковані інвестиції, інституційна структура венчурного ринку, альтернативні форми виходу з венчурного бізнесу.

*В статье исследуются проблемы развития рынка венчурного финансирования в глобальных условиях развития, выявляются принципиальные количественные и качественные тенденции и его трансформации, а также предлагаются оптимальные схемы венчурного финансирования на основе опыта стран Триады.*

**Ключевые слова:** венчурный капитал, финансирование, рискованные инвестиции, институциональная структура венчурного рынка, альтернативные формы выхода из венчурного бизнеса.

*The article investigates the problem of development of venture financing in a global environment of development, identifies the fundamental qualitative and quantitative trends and its transformation, and suggests the optimal scheme of venture financing from the experience of the Triad.*

**Key words:** venture capital, fund-raising, risky investments, small innovative entrepreneurship, venture market institutional structure, exit alternatives.

**Постановка проблеми.** Поглиблення світогосподарських взаємозв'язків, посилення взаємного впливу суб'єктів світової економіки, подальші процеси економічного, наукового і технологічного відриву країн-лідерів від когорти «наздоганяючих» вимагають пошуку дієвих альтернативних механізмів інтенсивного розвитку останніх.

В цьому контексті особливої актуальності набуває інноваційна модель розвитку держави – модель, що перш за все, базується на принципах генерації знань та впровадженні і комерціалізації наукових розробок, і є своєрідним викликом часу та однією з небагатьох можливостей для країн з перехідною економікою (в тому числі і України) наздогнати в своєму поступі лідерів світової спільноти. Особливої ваги цьому твердженню надають успіхи нових індустріальних країн в останні десятиліття. Саме бурхливий розвиток наукового потенціалу та винахідницької думки в сферах телекомунікацій, медицини, зеленої енергетики, характерний для цього регіону, став сильним поштовхом до суттєвого поліпшення макроекономічних показників, та врешті-решт життєвого рівня населення – досвід, для запозичення та реалізації якого в нашій державі є всі теоретично необхідні умови.

Розвиток науки за умов командно-адміністративної системи відбувався за рахунок державних дотацій, однак ХХІ ст. вимагає нових підходів до процесів фінансування наукоємних розробок і в сучасних умовах генеральною лінією розвитку має стати схема державно-приватного партнерства із активним залученням альтернативних джерел інвестицій.

Одним із таких джерел, безумовно, є венчурний капітал. Фахівці зазначають, що із початком відновлення світового бізнесу від кризи 2008 року, індустрія венчурного капіталу увійшла до періоду значних змін. Край необхідно ідентифікувати ці зміни на якісному і кількісному рівні.

**Аналіз літератури.** Аналіз сучасних тенденцій розвитку венчурного бізнесу знайшов віддзеркалення в працях вітчизняних і зарубіжних вчених таких, як Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник [1], К. В. Назаренко [2], П. Гулькин [3], А. В. Лукашов [4], Д. В. Трофімов [5], Д. А. Спіцин [6], Б. Пірс, М. Хеммін [7] та ін.

**Метою статті** є аналіз дослідження стану динаміки венчурного бізнесу промислово розвинених і нових індустріальних країн в умовах економічної глобалізації.

**Виклад основного матеріалу.** Навіть враховуючи поліпшення загальних показників укладених угод та віддачі на інвестований капітал, спостерігаються відчутні процеси консолідації учасників ринку із щорічним зменшенням кількості активних інвесторів. Провідні венчурні інвестори з усього світу, опитані в ході дослідження Б. Пірса та М. Хемміга, передбачають і подальше скорочення маси гравців ринку венчурного капіталу, що інвестуватимуть менші суми переважно в компанії з високими темпами віддачі [8].

Крім того, збоку венчурних фондів збільшилися вимоги до потенційних акцепторів. З огляду на ситуацію, що склалася, в венчурному бізнесі у 2011 році намітився ряд трендів.

Дослідження, проведене в середині 2010 року компанією Deloitte, показує наступні загальносвітові тенденції:

- скорочення обсягів венчурного фінансування на традиційних ринках (США та Європейський союз) та збільшення на ринках, що розвиваються (Китай, Індія та Бразилія);
- перерозподіл коштів інвесторів на користь ринків, що розвиваються;
- зріст рівня міжнародного інвестування на фоні очікування стабілізації бізнес-середовища;

- політичне, регуляторне та ринкове середовище створюватимуть бар'єри для успішного функціонування венчурного бізнесу;
- незважаючи на виклики, венчурні капіталісти залишаються оптимістично налаштованими щодо якості угод [9].

Загальносвітова статистика венчурного інвестування показує значне падіння обсягу інвестицій у 2009 – першому кризовому році – та поступове відновлення ринку у двох наступних (рис. 1).

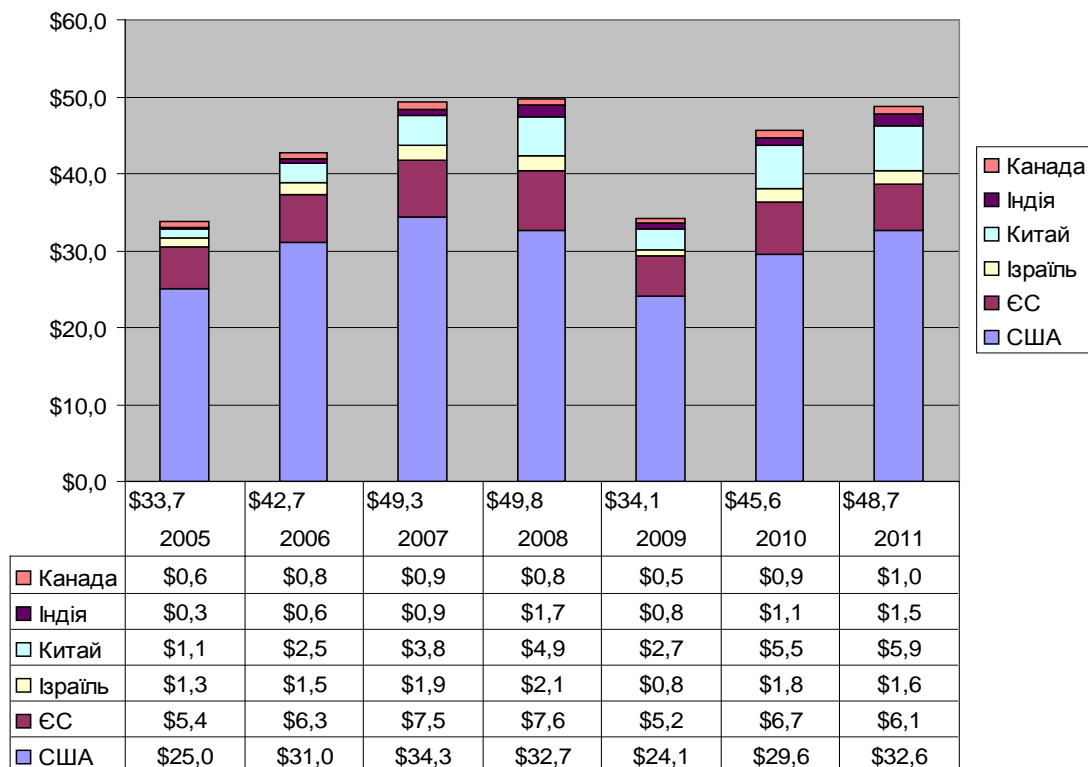


Рис. 1. Обсяг венчурних інвестицій в динаміці по регіонах (млрд. дол. США) [12].

Динаміка інвестицій венчурного капіталу не однакова з географічної точки зору. В кінці 2011 р. Сполученим Штатам вдалося перевищити показники двох попередніх років. Аналогічна ситуація спостерігається і в Канаді. В Європі кількість інвестицій постійно знижується, а ситуація в Ізраїлі взагалі прийняла погрожуючий вигляд: обсяг інвестицій 2011 р. не досяг навіть показника 2010 р. та набагато менший від результатів 2008 р. В Азії процес має зворотній вектор. Китайські показники кількості угод та обсягів інвестицій у 2011 році встановили новий рекорд для цієї держави і вперше майже зрівнялися з аналогічними в Європейському союзі. Незважаючи на нові рекордні цифри, вчені прогнозують і подальше збереження темпів зростання в цій галузі. Досить потужним новим гравцем венчурного ринку в світовому масштабі, якому майже не приділяється увага в загальних оглядах, безумовно, є Російська Федерація. За даними Російської асоціації венчурного інвестування, обсяги інвес-

тицій в цій країні вирости за три посткризові роки майже в шість разів: із 0,5 млрд. дол. США у 2009 р. до 3,08 млрд. дол. США в 2011 р. [10]. В Латинській Америці 52% здійснених в 2011 р. угод в галузі ризикового інвестування припадає на Бразилію, а загальний їх об'єм в грошовому вимірнику становить 4,17 млрд. дол., що поки нижче від китайського показника, але більше за дані по Індії, Ізраїлю та Канаді разом узяті [11].

Венчурна індустрія в Китаї зростає швидкими темпами. В 2011 році в КНР зареєстровано 382 нових венчурних фонду, що залучили 28,2 млрд. дол. США для фінансування китайських венчурних підприємств. Цей показник в 2,53 рази вищий за аналогічний у попередньому році. Двадцять новостворених фондів залучили кошти у сумі 100 млн. дол. США і більше. В той же час в Росії за 2011 рік з'явилося лише 4 нових фонди, а їх загальна кількість на кінець року становила 174 [10]. Ці дані доводять думку, що на сьогодні таке різке збільшення об'єму інвесто-

ваного фінансового ресурсу в країні пов'язано, перш за все, із набиранням потужності вже існуючими інвесторами, а бар'єри щодо входу на ринок є досить високими. Фонди РФ залучили у 2011 році кошти на суму 3,82 млрд. дол. США, а інвестиції переважно спрямовувалися у компанії на початкових етапах розвитку (105 із 135 профінансованих проектів) [10]. Постійно зростає і ринок венчурних інвестицій в Індії. На фоні наявності близько 400 венчурних фондів навіть спостерігається деяке перенасичення. Однак все ще залишається малорозробленим сегментом фінансування проектів на ранніх стадіях, особливо так званого «посівного» (seed) інвестування [12].

Віддзеркаленням тенденції консолідації може слугувати той факт, що в Сполучених Штатах сьогодні менша кількість фондів залучає більше капіталу. Венчурні фонди, ліквідовані протягом 2011 року, мали на 5% більше капіталу, порівняно із такими у 2010 р., досягши рівня у 16,2 млрд. дол. США. Однак загальна кількість ліквідованих фондів знизилася до 135 (на 12%) і вперше за три роки їх середній розмір піднявся до 140 млн. дол. США. На противагу, ситуація в Європі вирізняється сильною напруженістю, показуючи найменші об'єми з 2004 року. Рівень мобілізації капіталу в ЄС впав на 11% порівняно з 2010 р. і склав 3 млрд. дол. США для 41 фонду. На відміну від американських інвесторів, європейські фонди показували більшу зацікавленість у фінансуванні ранніх стадій [12].

Загалом, дослідники констатують, що останнім часом центри венчурної активності поступово зміщуються в бік Сходу. Китай та Індія кидають виклик Європі та Ізраїлю з позицій обсягу інвестицій [7]. З нашої точки зору, до двох попередніх слід додати Бразилію та Росію, як найбільш перспективних новачків венчурної індустрії, що не знаходяться в Азії. При цьому США і досі займають лідируючі позиції із майже 70% обсягів всього світового венчурного бізнесу протягом останніх 10 років. Основними гравцями тут є компанії, зареєстровані в Каліфорнії, Бостоні та Нью-Йорку.

Фінансова криза зумовила активізацію діяльності інвесторів щодо розширення власної присутності за кордоном. Наступні чотири роки (2012–2015 рр.), за думкою спеціалістів, характеризуватимуться зміною географічної структури венчурних інвестицій. І хоча на сьогоднішній день переважна більшість венчурних інвесторів вкладають фінансові ресурси у власні локальні ринки, в майбутньому зростатиме зацікавленість до міжнародного інвестування. Наразі лише 20% венчурних капіталістів Бразилії, Індії, Ізраїлю та Сполученого Королівства інвестують за межі країни базування. З іншого боку, таку діяльність

проводять 69% компаній у Канаді, 82% – у Франції, 92% – в Німеччині та 49% – в США. Серед цих компаній 57% планують збільшити кількість міжнародних угод та операцій до 2015 року, а 35% мають намір зберегти існуючий рівень активності на зарубіжних ринках [12].

Відмінністю між традиційними ринками венчурного капіталу та ринками, що розвиваються, є стадія розвитку компанії-акцептора під час надання фінансових коштів інвестором. Протягом 2006–2010 років у компанії на стадії становлення вкладалося від 50% до 60% венчурних коштів. Американські та європейські фонди постійно вкладають значні ресурси у фірми, що поки не приносять прибутку та знаходяться в процесі розробки товару. В свою чергу, Китай та Індія більше схильні до інвестування на більш пізніх стадіях. КНР, наприклад, спрямовує від 30% до 50% капіталу, що інвестується в прибуткові підприємства (показник, що перевищує такий на «старих» ринках в три-чотири рази). В Індії 60–90% венчурного капіталу протягом 2009–2010 рр. було вкладено у фінансування останньої і передостанньої стадії життєвого циклу венчура [7]. Однак цей показник не є справедливим для Російської Федерації, де як зазначалося 78% коштів в попередньому році було спрямовано саме в стартапи, компанії посівної, початкової та ранньої стадій.

Основним шляхом виходу з венчурного бізнесу на Заході на сьогодні є злиття та поглинання, складаючи 80–90%. Середня ціна угод, навіть протягом кризових років, залишалася достатньо високою. Так, наприклад, в Сполучених штатах в 2011 р. п'ять найбільших поглинань оцінювалися від 700 до 800 млн. дол. США. Ціни і в майбутньому мають залишатися стабільно високими, а ділова активність в цьому секторі може навіть підвищитися на фоні того факту, що 15 найбільших технологічних компаній світу тримають близько 300 млрд. дол. США високоліквідних активів для купівлі нового бізнесу (компанія Google купила 48 компаній протягом 2010 р. на суму 1,8 млрд. дол. США, а в 2011 – 79 компаній на суму 1,9 млрд. дол. США) [12].

Схожі тенденції спостерігаються і на ринках, що розвиваються, особливо в Китаї, де відзначають появу нових локальних лідерів, які знаходяться в постійному пошуку інноваційних технологій та рішень (Tencent, Baidu, Alibaba, Sina, Huawei, ZTE та ін.). Подібні вкладення допомагають цим гігантам знаходитись на передових позиціях в конкурентній боротьбі як на локальному, так і на міжнародних ринках. Очікується, що Індія слідуватиме тренду, що склався, оскільки все більше великих місцевих компаній бажають надавати інноваційні сервіси, як, наприклад, мобільні та інтернет-послуги (рис. 2).

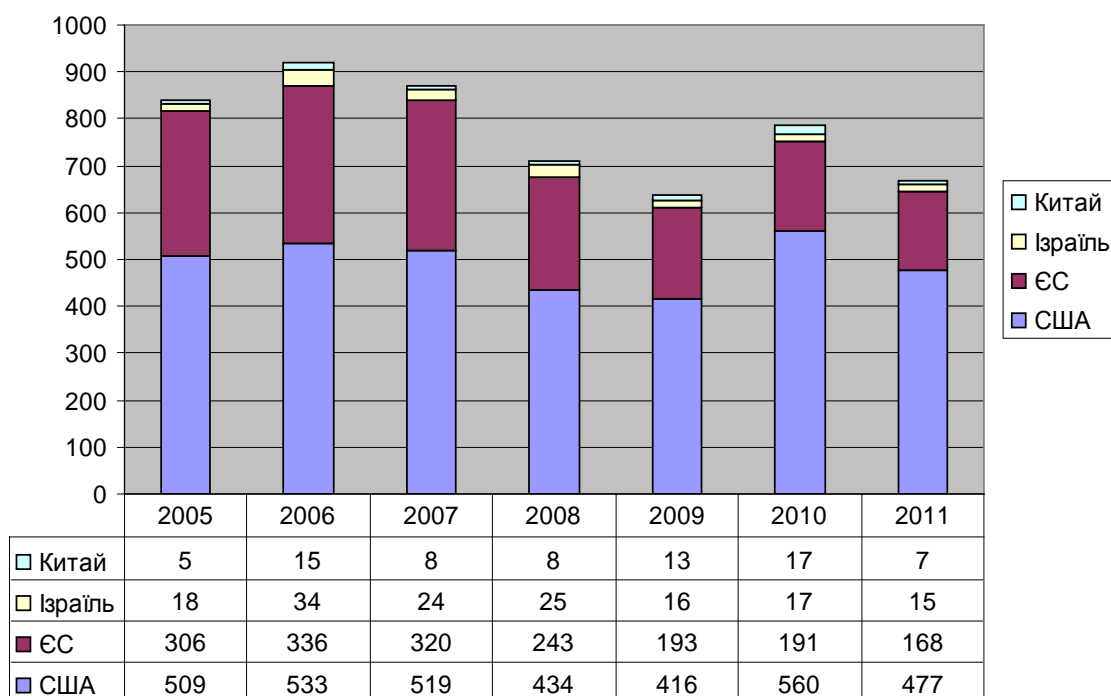


Рис. 2. Кількість злиттів та поглинань по регіонах [12].

В Росії показник злиттів та поглинань залишається порівняно невеликим: в 2011 році всього 36% виходів було реалізовано за цією схемою. Особливо показовим є його падіння із 95% у 2008 р., проте і досі такий спосіб продажу венчура для російських інвесторів є найбільш поширеним та все ще міцно утримує лідируючі позиції.

Разом з тим на ринках, що розвиваються (Китай, Індія, Бразилія), а також в Японії, Південній Кореї та на Тайвані первинне публічне розміщення акцій (ІРО) в даний момент є переважачим [9]. Однак висока залежність від ІРО має і свій ризик. Події в Японії і на Тайвані останніх двох-трьох років добре ілюструють цю думку (рис. 3).

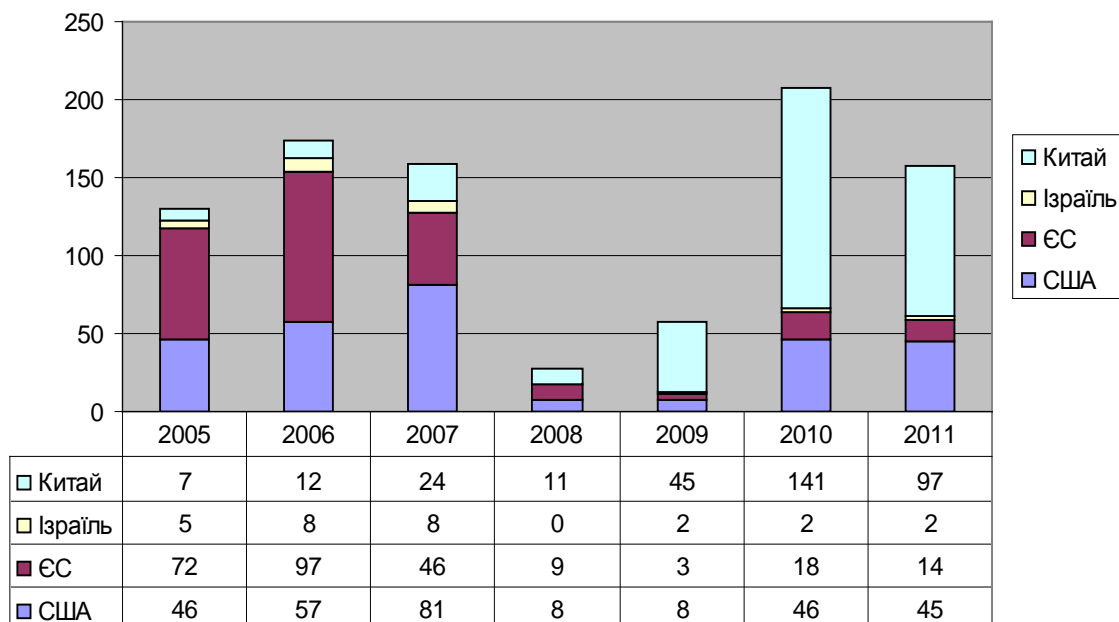


Рис. 3. Кількість виходів на відкриті торги по регіонах (ІРО) [12].

В цих країнах від 30% до 90% венчурних проектів закінчуються саме через вихід на відкриті торги. Із початком кризи основні японські і тайванські корпорації стали віддавати перевагу поглинанню надійних та прибуткових компаній, в той час як венчурна індустрія опинилася перед

фактом неможливості виходу з проектів багатьох фірм. Результатом стало зниження віддачі на інвестований капітал та погіршення прогнозів щодо подальшої його мобілізації для ризикового фінансування. Що ж до Росії та інших країн Східної Європи, то через слабку розвиненість фон-



дових ринків, західні венчурні компанії співпрацюють переважно із фірмами, акції яких котируються закордоном.

Зміни відбуваються і в сфері фінансування інноваційних проєктів бізнес-ангелами. Нові програми податкового стимулювання високозабезпечених приватних осіб набирають обертів по всьому світу (зокрема у Великобританії після законодавчих змін 2011 року). Спеціалісти очікують, що такі реформи призведуть до збільшення венчурних інвестицій з цих джерел. Навіть в Індії та Китаї завдяки зростаючій кількості підприємців, що вже мають венчурний досвід, сформувалися перші групи цієї категорії інвесторів.

В той же час у Силіконовій долині спостерігається створення когорти «супер-ангелів», колишніх управляючих успішних компаній Google, Facebook, eBay, PayPal, що вдало інвестували власний капітал на стадії «посівного» фінансування.

В Росії, як власне і в інших країнах пострадянського простору, інвестування ангелами має ще більші перспективи, через можливість таким чином певною мірою легалізувати капітал, накопичений в перші роки незалежності держав-членів СНД. Отже, в найближчому майбутньому діяльність бізнес-ангелів активізується, а їх частка у венчурному фінансуванні зростає.

Що ж до корпоративного сектору, то венчурне інвестування тут практикується вже більше 40 років, та історично складає від 6% до 10% всього венчурного капіталу світу. Протягом піку розвитку інформаційних технологій та Інтернету 1999–2000 рр., коли корпорації більше мотивувалися ірраціональними відчуттями, ніж продуманою стратегією, їх доля у венчурному бізнесі зросла. Із початком нового тисячоліття корпора-

тивний венчурний капітал повернувся до початкових позицій, виключаючи хіба що індустрію «чистих технологій», де цей різновид венчурного капіталу має традиційно більші пропорції (від 10% до 15%) [8]. Так, в Індії великі місцеві корпорації також починають конкурувати із локальними венчурними фондами та закордонними компаніями. Основними гравцями в цій царині є нові гіганти – лідери своїх індустрій: Tata, Wipro, Infosys, Reliance. Вони намагаються забезпечити доступ до нових технологій та бізнес-моделей на своїх високо конкурентних ринках, балансуючи стратегічні цілі із фінансовими.

Не можна залишити поза увагою і такий важливий показник, як середній період від первинного фінансування до IPO, злиття або купівлі венчура приватним інвестором. Цей строк був надзвичайно коротким протягом 1999–2000 рр., часу швидкого розвитку Інтернет-технологій, відомого як період «dot-com». На сучасному етапі ринок призвів до протилежного екстремуму – зараз строк реалізації венчурного проєкту для деяких індустрій у 6–10 і більше років став нормою. Це створює певні проблеми для фондів, що інвестують на ранніх етапах циклу. Оскільки ці фонди створюються на десять років, то навряд чи слід очікувати, що вони на другому або третьому році свого існування фінансуватимуть проєкти в галузі біологічних та «чистих» технологій, адже їх продаж виходить за часові межі існування інвестора. На ринках, що розвиваються, за виключенням хіба що РФ, тенденція до вкладення коштів на останніх етапах життєвого циклу підприємства призводить до порівняно коротких строків виходу. Проте, експерти прогнозують поступову зміну ситуації в бік посівного та стартового етапів через великий рівень конкуренції (рис. 4).

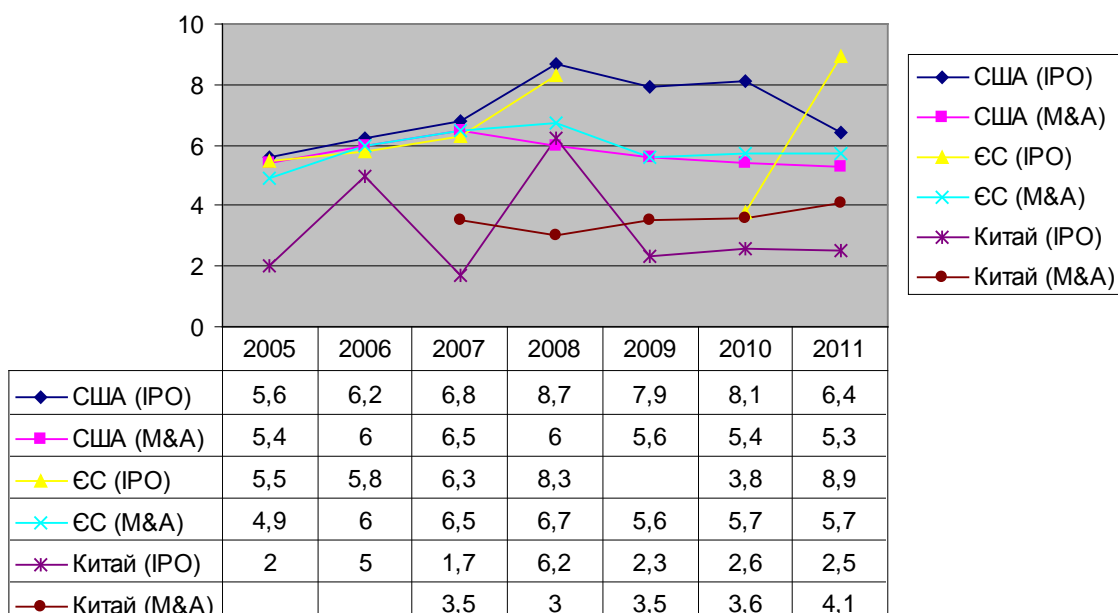


Рис. 4. Середній період до виходу інвестора шляхом IPO/M&A [12].

Загальна нестабільність на ринку капіталів, а також ситуація в Єврозоні призвели у 2011 році до підвищення передінвестиційної вартості венчурних компаній. Майже всі регіони показали зростання цього показника у порівнянні з минулим 2010 роком. Так, за оцінками Dow Jones Venture Source ця вартість складала у США 21,3 млн. дол., в Європейському союзі – 6,0 млн. дол., Японії – 4,2 млн. дол., Бразилії – 4,0 млн. дол., в Китаї – 6,5 млн. дол. США відповідно [12].

Однак в найближчому майбутньому становище може змінитися на краще в разі, якщо діяльність великих компаній в галузі прямих венчурних інвестицій буде більше вмотивована стратегічними планами, ніж чисто фінансовими цілями.

**Висновки.** Отже, загальні показники по світовій венчурній індустрії свідчать про поступове поживлення в цій галузі інвестування після періоду відносного затишшя, спровокованого кризою 2008 р. Однак на сучасному етапі венчурний бізнес характеризується серйозними змінами, зміст яких полягає в появі нових потужних гравців (Китай, Російська Федерація, Бразилія за основними показниками наблизилися впритул до таких по сукупності країн-членів Європейського Союзу) та тенденцією до створення нових географічних центрів бізнес-активності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Поручник А. М. Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні : монографія / А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2000. – 172 с.
2. Назаренко К. В. Світовий досвід венчурної діяльності та проблеми венчурного фінансування в

Україні / К. В. Назаренко // Академічний огляд. – 2011. – № 1(34). – С. 130–137.

3. Гулькин П. Оценка стоимости и ценообразование в венчурном инвестировании и при выходе на рынок IPO / П. Гулькин, Т. Теребынькина. – СПб. : Альпари СПб, 2002. – 252 с.
4. Лукашов А. В. Венчурное финансирование: стоимость компаний и корпоративное управление / А. В. Лукашов // Управление корпоративными финансами. – 2006. – № 2(14). – С. 78–97.
5. Трофимов Д. В. Венчурное финансирование инновационных проектов : дис. ... канд. экон. наук / Д. В. Трофимов. – М., 2002. – 192 с.
6. Спицын Д. А. Организационные формы и модели венчурного инвестирования в США : автореф. дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.14 / Д. А. Спицын. – М., 2010. – 30 с.
7. Pearce B. Back to Basics / B. Pearce, M. Haemmig // Globalizing venture capital : Global Venture Capital insides and trends report 2010 / The Study of Ernst&Young. – 2011. – P. 6–11.
8. Pearce B. Paradigm Shifts in Venture Capital / B. Pearce, M. Haemmig // Globalizing venture capital : Global Venture Capital insides and trends report 2011 / The Study of Ernst&Young. – 2012. – P. 5–9.
9. 2010 global trends in venture capital : outlook for the future / The Study of Delloitte Development LLC. – 36 p.
10. Dow Jones Venture Source, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.venturesource.com/>.
11. Офіційний сайт Латиноамериканської асоціації венчурного капіталу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lavca.org/>.
12. Прямые и венчурные инвестиции в России 2011. Российская ассоциация венчурного инвестирования (РАВИ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rvca.ru/rus/resource/library/rvca-yearbook/>.

УДК 339.137.2:338.43

Аджимет Г. Х.

## ИМПЕРАТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКСПОРТООРИЕНТИРОВАННОЙ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ АР КРЫМ В УСЛОВИЯХ ВСТУПЛЕНИЯ УКРАИНЫ В ВТО

У роботі на основі аналізу експортно-імпоротної діяльності аграрного сектора регіону визначена конкурентоспроможність окремих видів сільськогосподарської продукції. Обґрунтовуються пріоритетні напрями підвищення конкурентоспроможності експортоорієнтованої продукції аграрного сектора АР Крим.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, аграрний сектор, сільськогосподарська продукція, венчурні підприємства.

В работе на основе анализа экспортно-импортной деятельности аграрного сектора региона определена конкурентоспособность отдельных видов сельскохозяйственной продукции. Обосновываются приоритетные направления повышения конкурентоспособности экспортоориентированной продукции аграрного сектора АР Крым.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, аграрный сектор, сельскохозяйственная продукция, венчурные предприятия.

*On the basis of analysis of export-import activities of the agricultural sector in the region determined the competitiveness of individual agricultural products. Justified priorities for improving the competitiveness of export-oriented products of the agricultural sector of Crimea.*

**Key words:** *competitiveness, agrarian sector, agricultural production, venture enterprises.*

**Постановка проблемы.** В современных условиях развитие экономики определяется тенденциями глобализации, основанными на результатах технологической революции, которая оказывает влияние на все сферы человеческой жизнедеятельности, коренным образом изменяя процессы производства во многих отраслях [1, с. 19].

В условиях глобализации первоочередной задачей производителей является достижение передовых позиций на мировом рынке за счет интенсивного использования результатов исследований в производстве новых технологий, новых видов продукции. На сегодняшний день инновационные разработки ведущих производителей способствуют созданию конкурентной среды, производству конкурентоспособной продукции и завоеванию более выгодных ниш рынка.

В современных условиях стратегической задачей аграрной политики государства является формирование эффективного конкурентоспособного аграрного производства, способного обеспечивать продовольственную безопасность страны. Вместе с тем, несмотря на внешне кажущееся продовольственное обеспечение, население Украины и АР Крым не удовлетворяет свои потребности собственным производством, недостающая сельскохозяйственная продукция восполняется импортной. Учитывая данную ситуацию, можно предположить, что для повышения уровня конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции необходимо создать условия, способствующие повышению эффективности производства и направленные на обеспечение потребностей страны в продуктах питания и формирование экспортного потенциала.

**Анализ литературы.** Следует отметить, что проблемы конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции рассматривались в работах Б. В. Губского, М. Я. Демьяненко, С. М. Кваши, Д. Г. Лукьяненко, М. И. Малика, Ю. Ф. Мельника, В. Я. Месель-Веселяка, Ю. М. Пахомова, П. Т. Саблука и пр. Однако авторами не были обоснованы приоритетные направления повышения конкурентоспособности аграрной продукции в АР Крым на инновационной основе. Поэтому необходимо более детальное исследование данного аспекта.

**Целью данной статьи** является обоснование приоритетных направлений повышения конкурентоспособности экспортоориентированной сельскохозяйственной продукции АР Крым в условиях вступления Украины в ВТО.

**Изложение основного материала.** В современных условиях конкурентоспособность является одной из важнейших интегральных характеристик, которые используются для анализа экономики Украины в целом, ее отдельных отраслей и товаропроизводителей [2, с. 83].

В отечественной практике под конкурентоспособной продукцией понималась экспортная продукция, соответствующая международным стандартам, требованиям, предъявляемым к продукции, реализуемой на внешних рынках.

Конкурентоспособность аграрной продукции определяется такими показателями, как чистый экспорт, доля импортированной агропромышленной продукции на внутреннем рынке, объем продаж, доля в мировом производстве и мировом экспорте данного вида продукции и пр. [3, с. 17].

По мнению отечественных экспертов, конкурентоспособной принято считать рентабельную продукцию. По данным ГУС в АР Крым [4, с. 23], в 2011 г. рентабельной являлась преимущественно продукция растениеводства: зерновые (уровень рентабельности 19,7%), семена подсолнечника (51,2%), картофель (28,1%), овощи открытого грунта (46,4%), плоды (21,4%), виноград (103,3%), молоко и молочная продукция (12,8%), яйца (59,4%). Производство продукции животноводства было убыточным, но, несмотря на отрицательные показатели эффективности производства, такие направления, как птицеводство, свиноводство, овцеводство, виноградарство, остаются в числе приоритетных.

На сегодняшний день регион осуществляет экспортно-импортную деятельность. Так, в 2011 г. общая стоимость экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия растительного происхождения составила 34,4%, а объем экспорта зерна – 51,3 тыс. т, что меньше показателя предыдущего года на 56,8%. В стоимостном измерении экспорт зерновых сократился на 34,8% (за счет сокращения поставок пшеницы, ячменя, кукурузы и риса). В сравнении с 2010 г. сократился объем экспорта семян и плодов масличных растений на 45,8%. Экспорт плодов, орехов и цитрусовых составил 14,5% уровня прошлого года. На продукцию растениеводства пришлось 57,6% всего импорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия. В объеме импорта продукции растениеводства наибольшую долю занимали плоды и орехи, цитрусовые – 72,3%, а также овощи и корнеплоды – 23,3%.

Экспорт живых животных и продукции животного происхождения в 2011 г. в АР Крым составил 1492,8 тыс. долл. США, что в 3,0 раза больше уровня 2010 г. За 2011 г. экспорт мяса и пищевых субпродуктов в АР Крым в стоимостном измерении увеличился в сравнении с предыдущим годом в 2,4 раза и составил 225,5 тыс. долл. США.

В 2011 г. экспортировано молока и молочной продукции на 1046,9 тыс. долл., что в 15,0 раз больше, нежели в 2010 г. Основную долю (53,1%) стоимости экспортируемой молочной продукции составили масло сливочное и прочие жиры из молока (555,5 тыс. долл.), а также сыры всех видов (126,2 тыс. долл.). В 2011 г. объем экспорта яиц птицы всех видов и яйцопродуктов, в сравнении с 2010 г., увеличился в 4,9 раза и составил 44,0 тыс. долл. США, импорт составил 84,6 тыс. долл. США.

Всего за 2011 г. экспортировано продукции сельского хозяйства и пищевой промышленности на 46,5 млн. долл. США (на 7,0 млн. долл. США меньше, чем за 2010 г.), что составило 6,9% стоимости экспорта Крыма (против 9,5% в 2010 г.). В 2011 году было импортировано сельскохозяйственной продукции и продовольствия на 56,3 млн. долл. США (на 7,2 млн. долл. США больше, чем в предыдущем году) [5, с. 8–14].

Таким образом, приведенный анализ статистических данных показал, что регион больше импортирует продукцию, нежели экспортирует. Основная проблема ограниченного объема экспорта, на наш взгляд, заключается в недостаточной эффективности аграрного производства и либерализации условий торговли, в соответствии с требованиями ВТО.

Практика свидетельствует, что вступление Украины в ВТО имело как положительные, так и отрицательные последствия. С одной стороны, применение защитных антидемпинговых и компенсационных мер по защите отечественных товаропроизводителей способствовало активизации конкуренции, с другой – введение квот на поставку и тарифная защита отдельных товаров, отмена импортных пошлин, сокращение бюджетной поддержки аграрного сектора вело к вытеснению отечественной конкурентоспособной продукции с внутреннего рынка и засилью импортной. Данное обстоятельство вынудило производителей к реализации своей продукции по коммерческим каналам сбыта и завышенным ценам.

В современных условиях для улучшения сложившейся ситуации на внутреннем рынке и повышения конкурентоспособности аграрной продукции производителям необходимо акцентировать внимание на внедрении инновацион-

ных технологий производства. К таким мероприятиям можно отнести внедрение ресурсосберегающих технологий и экологически чистой продукции; поддержка научно-исследовательской работы в каждом предприятии; введение системы консультирования в сельскохозяйственном производстве.

С целью активизации экспортоориентированной продукции аграрного сектора предлагаем следующие меры:

- восстановить возмещение экспортерам сельскохозяйственной продукции сумм НДС, ввести льготное налогообложение;
- реализовать программы субсидирования производства продукции;
- разработать программы развития экспорта;
- создать Агентство кредитования и страхования экспорта;
- привести в соответствие с положениями и нормами ВТО законодательную базу по вопросам стандартизации, сертификации и выполнении фитосанитарных правил;
- создать действенный таможенно-тарифный механизм защиты внутреннего рынка на основе повышения тарифов, дифференцированных по видам продукции и ведение защитных пошлин;
- увеличить бюджетное финансирование отрасли преимущественно за счёт средств регионального бюджета.

Для улучшения качества производимой продукции рекомендуем развивать приоритетные отрасли.

*Зерновые.* С целью улучшения качества производимого зерна в регионе необходимо выращивание преимущественно сильных и твердых сортов пшеницы 2–3 класса. Это позволит обеспечить внутренние потребности региона, а излишки экспортировать на внешний рынок.

*Молочное производство.* Производство высококачественного молока может быть достигнуто за счет специализации ферм молочного направления при наличии земельной площади кормовых угодий. По экспертным данным, в зоне орошения АРК может быть размещено до 10 тыс. таких ферм.

Кроме того, в молочном скотоводстве в качестве побочного продукта может быть получено около 50 тыс. т мяса говядины. Развитие отрасли будет способствовать не только сохранению, но и улучшению экологической обстановки на полуострове, так как будет сопровождаться расширением площадей многолетних трав, созданием культурных пастбищ, увеличением количества вносимых органических удобрений. Для повышения продуктивности молочного производства рекомендуется кормление живот-

ных комбинированными кормовыми смесями, заготовленными впрок, а также беспривязное содержание животных с сеножатым кормлением.

*Птицеводство.* Приоритетной отраслью является и традиционное птицеводство: яичное и мясное. Яйца являются ценным продуктом питания, но оно нетранспортабельно для дальних перевозок, поэтому их производство должно располагаться вблизи рынков сбыта и массового потребления продовольствия. В настоящее время производством мяса птицы в АР Крым занимается 4 предприятия. На наш взгляд, в перспективе значение птицефабрик мясного направления должно быть восстановлено, а их количество должно соответствовать рыночному спросу на конечную продукцию.

*Овцеводство.* Отрасль овцеводства, учитывая ее убыточность в сельскохозяйственном производстве, целесообразно развивать в домохозяйствах населения. Эксперты прогнозируют оптимизацию поголовья овец на уровне 600–650 тыс. голов, что позволит также производить около 20 тыс. тонн мяса баранины и 3,5 тыс. тонн шерсти. Для развития овцеводства необходимо направлять дотационные средства из Государственного бюджета Украины (по программе развития овцеводства) за увеличенное и сохраненное поголовье овцематок и ярок старше 1 года и производство шерсти.

*Свиноводство.* Свиноводство в АР Крым будет играть второстепенную роль. Рынок свинины традиционно поддерживается предложением свиней подсобными хозяйствами предприятий общественного питания, которые используют для откорма свиней пищевые отходы, поэтому в балансе свинины значительный удельный вес будет иметь импорт.

Эксперты прогнозируют, что в АР Крым в перспективе будут содержать 250–300 тыс. свиней и получать 20–25 тыс. тонн свинины. Для этого необходимы следующие условия: 1) поддержание рынка поросят около 300 тыс. голов в расчете на год, а для этого нужно иметь 20–22 тыс. основных свиноматок и около 1 тыс. хряков-производителей; 2) формирование рынка полноценных кормов в розничной торговле; 3) систему контрактации откормленных животных. В целом производство мяса в 2026 г. прогнозируется на уровне около 300 тыс. т в живой массе.

*Виноградарство.* Развитие виноградарской отрасли ориентировано на рынок вина и коньячной продукции. Аналитические данные подтверждают, что потенциал производства виноградарства достаточен для обеспечения внутренних потребностей региона и вывоза за его пределы. По оценкам экспертов, объем рынка

составляет 300–350 млн. долларов США. Возрождение виноделия предполагает интеграцию рыночных структур. Инициаторами интеграции должны быть предприятия (заводы) вторичного виноделия, размещенные вблизи центров виноградарства. Являясь трудоемкой отраслью, виноградарство способствует обеспечению дополнительных рабочих мест.

Кроме того, на наш взгляд, в современных условиях повышению конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции региона будут способствовать интеграция сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, создание инфраструктуры рынка продукции (хранилища, холодильные хозяйства, транспортное обслуживание); совершенствование региональной структуры производства (в том числе определение оптимальных зон и концентрации производства зерна, подсолнечника, мяса, молока для удовлетворения потребностей региона).

Принимая во внимание, что конкурентоспособность аграрного сектора зависит от производства качественной продукции, на этапе ее производства необходимо внедрение инноваций. При ограниченных возможностях аграриев внедрение инновационных технологий возможно посредством венчурных предприятий, финансирующих научные исследования, разработки, создание инноваций.

К сожалению, формирование предпринимательских структур венчурного капитала в Украине находится на начальной стадии. Существует ряд причин, тормозящих развитие венчурного предпринимательства и снижающих эффективность их функционирования. Существующие венчурные структуры, к сожалению, не оказали заметного влияния на экономические процессы, происходящие в государстве. Вместе с тем развитие венчурного бизнеса может положительно повлиять на динамику развития сельскохозяйственной сферы и благоприятствовать в целом оздоровлению экономики страны.

В странах с развитыми рыночными отношениями (США, страны ЕС) венчурное финансирование играет значимую роль в удовлетворении потребностей населения в новой продукции, повышает научно-техническое производство и создает конкурентную среду в сфере науки.

Венчурный капитал может стать эффективным методом привлечения капитала для экономического развития аграрного сектора. Венчурные предприятия, являясь главными элементами хозяйствования, могут выполнять функцию локомотива, способного двигать вперед экономику страны и обеспечивать конкурентоспособность приоритетных отраслей аграрного сектора региона [6, с. 11].

Венчурные предприятия во всем мире являются генераторами новых идей, на основе которых осуществляются большие научно-технические прорывы. Кроме того, они способствуют эффективному использованию высококвалифицированных специалистов и расширению их творческого потенциала. В настоящее время в высокоразвитых странах малые инновационные фирмы занимают важную нишу системы реализации государственной политики.

В экономической практике существуют различные источники венчурного финансирования: свободные финансовые ресурсы пенсионных и благотворительных фондов, государственные структуры; корпоративный венчурный капитал; частные инвесторы; зарубежные инвесторы; инвестиционные компании малого бизнеса; страховые компании; банки; независимые венчурные фонды и пр.

Предполагается, что привлечение средств окажется эффективным рычагом для повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции на мировом рынке с учетом требований ВТО. К финансированию аграрных предприятий, продукция которых является экспортно-ориентированной в АР Крым, можно, на наш взгляд, привлечь Международную финансовую корпорацию (INTERNATIONAL FINANCE CORPORATION – IFC), оказывающую содействие международному сотрудничеству в финансовой сфере и обеспечивающую создание условий для расширения и сбалансированного роста международной торговли. Кроме предоставления займов IFC осуществляет инвестирование в форме долевого участия в капитале, предлагает структурированное финансирование, оказывает консультационные услуги в целях стимулирования роста частного сектора в развивающихся странах и не требует государственных гарантий по предоставляемым средствам.

**Таким образом,** для повышения конкурентоспособности экспортноориентированной продукции аграрного сектора необходимо внедрение инновационных технологий производства (внедрение ресурсосберегающих технологий и экологически чистой продукции; поддержка научно-исследовательской работы в каждом предприятии; введение системы консультирования).

С целью активизации производства экспортноориентированной продукции аграрного сектора рекомендуется разработка и реализация программ поддержки экспорта; интеграция сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий, создание инфраструктуры рынка продукции; совершенствование региональной структуры производства.

Для производства качественной продукции аграрного сектора необходимо внедрение инновационных технологий, финансирование которых предполагается осуществлять посредством венчурных предприятий средствами IFC.

Сотрудничество с IFC, на наш взгляд, имеет ряд преимуществ:

- 1) привлечение стран-членов IFC к финансированию предприятий малого и среднего бизнеса аграрного сектора региона и оказание им помощи на международных финансовых рынках;
- 2) создание центров развития венчурного бизнеса (ЦРВБ), способствующих поддержке венчурных фирм, в направлении распределения и контроля за использованием средств; освоение и адаптация зарубежного опыта по созданию и функционированию венчурных предприятий, стажировке предпринимателей и специалистов аграрного профиля в зарубежных фирмах аналогичного направления; изучение конъюнктуры рынков, получение информации о заказах на инновации, а также развитие инновационной инфраструктуры и их поддержка.

С расширением сферы деятельности венчурного бизнеса могут создаваться региональные центры поддержки венчурного предпринимательства, функционирующие на коммерческой основе. На наш взгляд, вышеуказанные центры помогут решить ряд проблем социально-экономического характера.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Адаманова З. О. Влияние факторов глобализации на национальную модель инновационного развития Украины / З. О. Адаманова // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Выпуск 17. Экономические науки. – Симферополь : НИЦ КИПУ, 2009. – С. 18–28.
2. Голомша Н. С. Конкурентоспособность зерновых на аграрному ринку / Н. С. Голомша // Економіка АПК. – 2009. – № 12. – С. 83–88.
3. Пахомов Ю. М. Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі: монографія / Ю. М. Пахомов, Б. В. Губський, Д. Г. Лук'яненко. – К. : Україна, 1997. – 237 с.
4. Показники роботи сільськогосподарських підприємств АР Крим / Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим ; [за ред. О. В. Нагнібеда]. – Симферополь, 2012. – 98 с.
5. Сільське господарство Автономної республіки Крим. Економічна доповідь / Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим ; [за ред. О. В. Нагнібеда]. – Симферополь, 2012. – 15 с.
6. Поручник А. М. Венчурний капітал: зарубіжний досвід та проблеми становлення в Україні : монографія / А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2000. – 172 с.

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

*У статті обґрунтовано необхідність оцінки ефективності стратегії розвитку міжнародних готельних мереж. Запропоновано науково-методичний підхід до оцінки ефективності стратегії розвитку міжнародних готельних мереж.*

**Ключові слова:** міжнародні готельні мережі, готельний бізнес, стратегії розвитку, ефективність.

*В статье обоснована необходимость оценки эффективности стратегий развития международных гостиничных сетей. Предложен научно-методический подход к оценке эффективности стратегий развития международных гостиничных сетей*

**Ключевые слова:** международные гостиничные сети, гостиничный бизнес, стратегии развития, эффективность.

*In the article necessity of estimation of efficiency of international hotel chains development strategies is reasonable. Scientifically-methodical approach for estimation of efficiency of international hotel chains development strategies is proposed.*

**Key words:** international hotel chains, hotel business, development strategies, efficiency.

**Постановка проблеми.** У міжнародному готельному бізнесі, який характеризується диференціацією готельного продукту, появою нових технологій, інтеграцією туристичних підприємств, злиттям та поглинанням міжнародних суб'єктів готельного бізнесу, процеси глобалізації найкраще простежуються на прикладі сектора засобів розміщення туристів, в якому транснаціональні корпорації набувають форми міжнародних готельних компаній (готельних операторів) та міжнародних готельних мереж (МГМ). Загострення конкуренції обумовлює необхідність застосування сучасних стратегій розвитку МГМ. Разом з тим оцінка ефективності стратегії розвитку цих мереж є необхідною складовою успішного та конкурентоспроможного функціонування у постійно змінних умовах економічного середовища та глобалізації готельного бізнесу.

**Аналіз літератури.** Питанням функціонування МГМ та стратегіям їх розвитку присвятили праці такі провідні вітчизняні та зарубіжні вчені, як М. Аріфулін, К. Бардато, А. Башкова, А. Беляєв, М. Білан, Дж. Бордман, Є. Гараніна, П. Гроут, О. Гутник, В. Дас, Є. Замуруєва, Л. Іванова, Ю. Лапигін, Є. Лаптева, І. Олексін, А. Погодіна, І. Полчанінова, О. Ремеслова, А. Усіна, В. Шемракова, В. Шкромада й ін.

У роботах вітчизняних вчених порушено проблему стратегій розвитку готельних підприємств. Так, Іванова Л. О. досліджує чинники якості послуг підприємств готельного господарства та їх впровадження у маркетингові стратегії [1], розглядає основні тенденції розвитку міжнародного готельного бізнесу та світовий досвід використання концепцій маркетингу

у готельній індустрії, що дозволяє їй виділити часткові стратегії, які розробляють готелі для всіх основних елементів комплексу маркетингу, а саме «стратегію продукту, цінову стратегію, стратегію прощтовхування та стратегію розподілу» [2, с. 173].

І. І. Олексін у своєму дослідженні розглядає та аналізує інтеграцію стратегій управління якістю та продуктивністю обслуговування в готельному підприємстві, обґрунтовує їх необхідність та ефективність [3].

Ряд досліджень присвячено розробці та реалізації стратегій розвитку готельних підприємств. Так, О. Л. Ремеслова пропонує методичний підхід щодо розробки та реалізації портфельного набору корпоративної стратегії готельного підприємства, який передбачає використання сучасних методів управління підприємством готельного господарства, в т. ч. за допомогою використання матриці GE/McKinsey та методу SPACE для визначення оптимальної стратегії підприємства готельного господарства [4], серед яких «... економічна, маркетингова, соціальна, організаційна, фінансова, інноваційна, готельна, міжрегіональна і міжнародна співпраця» [5, с. 253]. І. Л. Полчанінова запропонувала основні положення формування стратегії виробничої діяльності готельного підприємства на підставі п'яти взаємозв'язаних управлінських процесів: аналіз середовища, визначення цілей, визначення та вибір стратегії, забезпечення реалізації стратегії та оцінка і контроль виконання стратегії [6].

Ряд публікацій присвячено дослідженню антикризових стратегій розвитку. Так, О. М. Башкова пропонує виділяти два основних аспе-

кти, які є основою для вибору стратегій розвитку готельних підприємств в умовах впливу світової економічної кризи: «... по-перше, збереження високої прибутковості в умовах швидкоплинного зовнішнього оточення, по-друге, зростання конкуренції унаслідок зростання пропозиції і потреби готельного підприємства протистояти цій конкуренції, зберігаючи високу конкурентоспроможність» [7, с. 7]. Враховуючи ці аспекти, О. М. Башкова підкреслює необхідність використання маркетингових стратегій, направлених на політику високого завантаження готельних підприємств і політику високих цін на послуги, що надаються [7, с. 7]. Є. Гаранина пропонує рекомендації щодо застосування клієнтоцентричних стратегій підприємствами готельного бізнесу для максимізації цінності клієнтської бази і підвищення лояльності клієнтів, пошуку нових можливостей розвитку в умовах кризи [8].

Разом із тим, незважаючи на значну увагу до проблем мережної організації міжнародного готельного бізнесу, проблеми оцінки ефективності стратегій розвитку міжнародних готельних мереж залишаються недостатньо дослідженими.

**Метою статті** є формування науково-методичного підходу до оцінки ефективності стратегій розвитку міжнародних готельних мереж.

**Виклад основного матеріалу.** Враховуючи викладене вище, слід зазначити, що більшість досліджень вітчизняних та російських авторів направлені на висвітлення стратегій розвитку окремих готельних підприємств і їх функціонування на національному ринку, тоді як стратегії розвитку МГМ розглянуто досить фрагментарно. Подібна направленість досліджень пов'язана в першу чергу з відсутністю МГМ з національними готельними операторами.

Існування та функціонування МГМ у сучасних умовах розвитку міжнародного готельного бізнесу обумовлює необхідність дослідження сучасних стратегій їх розвитку.

Стратегія розвитку міжнародних готельних мереж направлена на підвищення ефективності функціонування МГМ, виходячи з умов, що склалися. Тому ефективна реалізація стратегії розвитку МГМ передбачає досягнення очікуваних (запланованих) змін у сфері ефективності її функціонування. Від масштабу цих змін залежить визнання стратегії ефективною, якщо вона забезпечує максимальне досягнення поставлених цілей розвитку, базовою з яких є здобуття прибутку. Природа економічної ефективності МГМ багатообразна і поєднує як кількісні результати, так і якісні зміни в умовах їх діяльності, які створюють передумови для здобуття

прибутку зараз або в майбутньому. Оцінка ефективності проводиться з врахуванням специфіки поставлених цілей.

Стратегія розвитку МГМ направлена на повне використання її природних переваг, генерування таких переваг на основі властивостей мережі. У зв'язку з цим ефективність може розумітися як результат по кожному з них, наприклад, мінімізація витрат за рахунок економії на масштабі (загальні служби міжнародних готельних мереж, загальне виробництво супутніх товарів, оптові знижки тощо) за рахунок пошуку постачальників і партнерів з нижчими цінами тощо.

Враховуючи різноманіття трактувань ефективності і підходів її оцінки (ресурсний, витратний, ресурсно-витратний), пропонується науково-методичний підхід до оцінки ефективності стратегії розвитку МГМ, який включає різні блоки.

**I блок.** Аналіз показників прибутковості і рентабельності, їх динаміки. Враховуються пропорції отримання прибутку від існуючих і знов створених в рамках стратегії розвитку елементів мережі (готелів), а також просторові особливості отримання прибутку і підвищення рентабельності.

**II блок.** Оцінка ступеня віддачі ресурсів, що включає, по-перше, відношення результатів функціонування мережі до загальних ресурсів і, по-друге, відношення додатково отриманих після реалізації заходів щодо розвитку мережі результатів до ресурсів, витрачених на розвиток. При цьому здійснюється оцінка зміни структури активів за рівнем рентабельності, у тому числі аналізується зміна частки високорентабельних активів в процесі розвитку.

**III блок.** Оцінка змін ефективності окремих елементів МГМ в забезпеченні загальних її результатів (ярусна ефективність). Окремо аналізується вплив розвитку мережі на вже існуючі елементи, у тому числі раніше ефективні і неефективні.

**IV блок.** Оцінка ефективності по окремих бізнес-процесах, перш за все, ефективності матеріально-технічного забезпечення роботи готелів і якості управління резервами (запасами), визначення величини економії від розвитку (розширення/звуження) мережі. Оцінюється інтенсифікація окремих бізнес-процесів в контексті розвитку, що забезпечує скорочення окремих видів.

**V блок.** Оцінка результативності в рамках програм диверсифікації послуг на глобальному і місцевому рівні. Аналізується прибутковість надання додаткових послуг, прямий і непрямий вплив диверсифікації на рентабельність окре-



мих готелів і мережі в цілому, а також ефективність стосунків з тими або іншими партнерами (ефективність зовнішніх зв'язків).

**VI блок.** Порівняння ефективності різних напрямів розвитку міжнародних готельних мереж при зіставленні зі встановленими цілями (якщо розвиток відбувається по декількох секторах).

**VII блок.** Оцінюється міра реалізації можливостей в процесі розвитку, моделювання системних ефектів в рамках МГМ після реалізації заходів щодо її розвитку, а також міра і характер зміни ризика.

**VIII блок.** Оцінка «цінової» ефективності розвитку (вплив на ціни послуг, що надаються), у тому числі аналізується динаміка середньомережевої ціни; відношення середньомережевої ціни до середньогалузевої ціни; зміна ціни по регіонах, на яких були зосереджені заходи щодо розвитку міжнародних готельних мереж; відношення середньомережевої ціни і середньомережевої собівартості тощо.

**IX блок.** Оцінка зміни конкурентних позицій компанії в результаті розвитку. Виконується з врахуванням особливостей цільової функції ринку, передбачає вимір інтенсивності конкуренції в динаміці на місцевому, регіональному і глобальному рівнях.

**X блок.** Оцінка вкладу організаційних і інституційних інновацій (стандартів), реалізованих в процесі розвитку, в підвищення ефективності (зростання прибутку і економію витрат).

При цьому слід враховувати, що при різних стратегіях ефективність розуміється по різному, наприклад, як збільшення прибутку за рахунок розширення або за рахунок стабілізації, зниження витрат і тому подібне, що обумовлює відмінності в оцінці ефективності.

На основі оцінки ефективності обґрунтовується рівень досягнення загальних і приватних цілей. Для детальнішої оцінки ефективності слід використовувати ряд синтетичних показників (застосовні в основному до стратегії зростання).

1) Індекс зміни ефективності, що розраховується по формулі:

$$I_{EE} = I_{ER} \times I_{EOC}, \quad (1)$$

де  $I_{ER}$  – індекс ефективності використання ресурсів (активів);

$I_{EOC}$  – індекс ефективності поточних витрат.

2) Коефіцієнт прибутковості розвитку, що розраховується по формулі:

$$K_{DR} = \frac{\Delta P}{\Delta R \times k_R}, \quad (2)$$

де  $\Delta P$  – приріст прибутку за рахунок реалізації заходів щодо розвитку;

$\Delta R$  – приріст ресурсів (активів) в результаті розвитку;

$k_R$  – коефіцієнт використання ресурсів, створених в результаті розвитку.

3) Коефіцієнт темпів розвитку, що розраховується по формулі:

$$k_{TD} = \eta_P \times \frac{1}{\eta_A}, \quad (3)$$

де  $\eta_P$  – темп зростання прибутку;

$\eta_A$  – темп зростання основного капіталу на 1% збільшень прибутку.

4) Сукупний економічний ефект, що розраховується по формулі:

$$E_{EF} = (\Delta IN_R + \Delta IN_D + S) - (\Delta OC + \frac{K_{INV}}{P_P}), \quad (4)$$

де  $\Delta IN_R$  – приріст доходу від основної діяльності готелю;

$\Delta IN_D$  – приріст доходу від надання додаткових послуг;

$S$  – величина економії, отримана в результаті розвитку;

$\Delta OC$  – приріст поточних витрат;

$K_{INV}$  – інвестиції, виділені на реалізацію проекту по розвитку;

$P_P$  – очікуваний період окупності проекту по розвитку.

5) Очікуваний економічний ефект від розвитку, що розраховується по формулі:

$$E_{EX} = \sum_{\mu, \tau} E_{EF, \mu} \times \Lambda_{\mu, \tau}, \quad (5)$$

де  $\mu$  – безліч готелів, які побудовані або перетворені в результаті проекту розвитку (наприклад, знов створених або включених в існуючу мережу);

$\tau$  – період, в рамках якого очікується отримання прибутку;

$E_{EF, \mu}$  – сукупний економічний ефект по  $\mu$ -й готелю;

$\Lambda_{\mu, \tau}$  – математичне очікування того, що  $\mu$ -й готель буде залишатися ефективними в період  $\tau$ .

Окремі показники ефективності (наприклад, рівень ефективності використання ресурсів) можуть служити критеріями оптимізації просторового розширення міжнародних готельних мереж і диверсифікації її послуг. Ефективна реалізація стратегії розвитку МГМ вимагає побудови спеціального механізму, який відповідав би специфіці управління. Такий механізм особливо важливий, якщо стратегія розвитку передбачає використання значного об'єму ресурсів, характеризується високим рівнем ризику. Це відноситься до стратегії зростання, особливо якщо вона передбачає великомасштабне розширення мережі.

Вигляд механізму реалізації стратегії розвитку МГМ представлений на рис. 1.

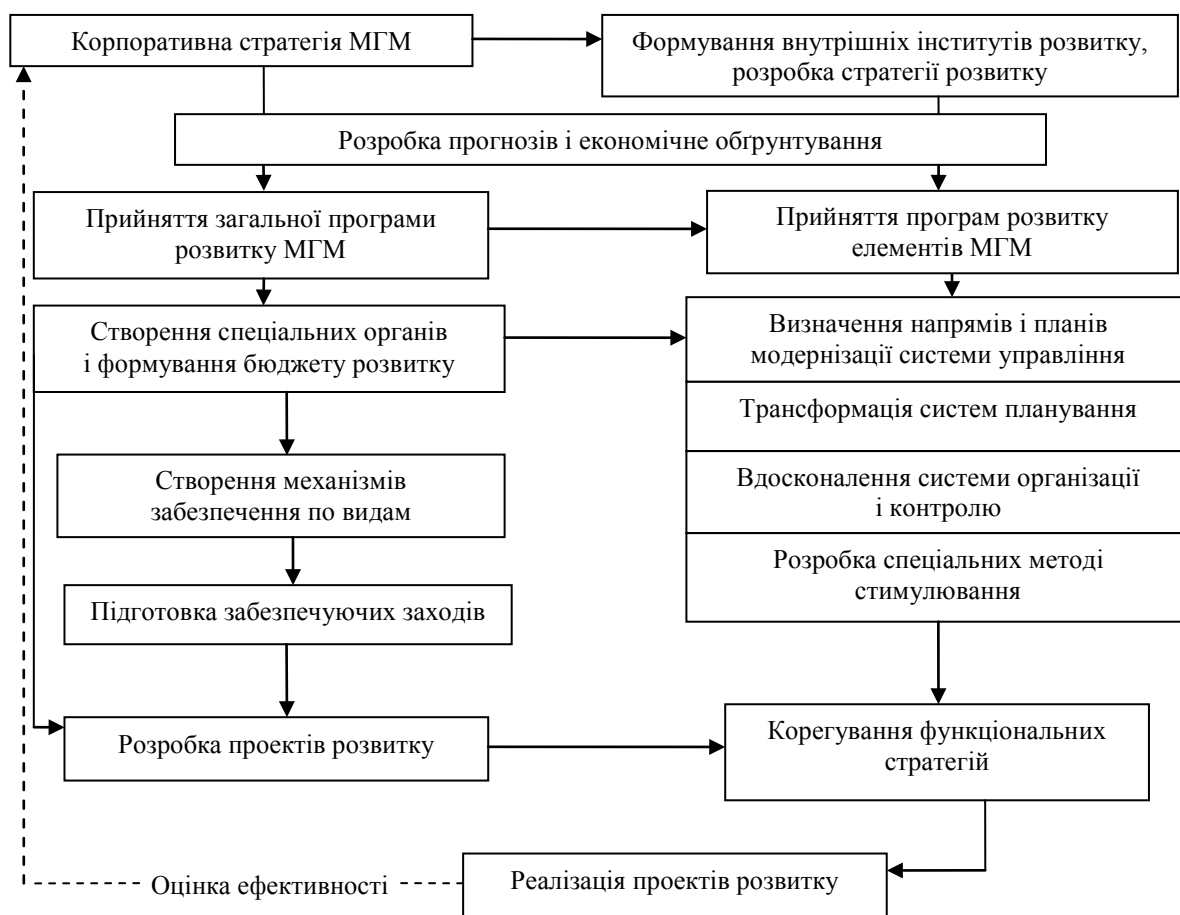


Рис. 1. Загальний вигляд механізму реалізації стратегії розвитку МГМ.

Механізм формування та реалізація стратегії розвитку МГМ є комплексним, послідовним, взаємозв'язаним та одночасно циклічним, крім того, існує стабільний зворотній зв'язок, та як наслідок зворотна дія кожного етапу на інші та на увесь механізм в цілому.

**Висновки.** Розробка та реалізація стратегії розвитку МГМ є необхідною складовою успішного та конкурентоспроможного функціонування у постійно змінних умовах економічного середовища та глобалізації готельного бізнесу. Ефективна реалізація стратегії розвитку МГМ вимагає побудови спеціального механізму, який відповідає специфіці управління. Такий механізм особливо важливий, якщо стратегія розвитку передбачає використання значного об'єму ресурсів, характеризується високим рівнем ризику. Запропонований підхід до оцінки ефективності стратегії розвитку МГМ містить 10 аналітичних блоків (аналіз показників прибутку і рентабельності, оцінка ступеня віддачі ресурсів, змін ефективності окремих елементів мережі, бізнес-процесів тощо). Для підвищення якості оцінки запропоновано додаткове використання спеціально розроблених показників: індекс зміни ефективності, коефіцієнт прибутковості розвитку, коефіцієнт темпів розвитку, сукупний та очікуваний від розвитку економічний ефект, що дозво-

ляє підвищити якість стратегічного управління розвитком МГМ.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є використання запропонованого науково-методичного підходу до оцінки ефективності стратегії розвитку МГМ та національних готельних мереж діючих на території України.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Іванова Л. О. Дослідження чинників якості послуг підприємств готельного господарства та їх врахування у маркетинговій стратегії / Л. О. Іванова // Вісник ЛКА : збірник наукових праць. Серія економічна. – Львів : Вид-во ЛКА, 2009. – № 30. – С. 38–43.
2. Іванова Л. О. Світовий досвід застосування концепції маркетингу та франчайзингових систем у готельному бізнесі / Л. О. Іванова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5. – Т. 4. – С. 172–177.
3. Олексин І. І. Інтеграція стратегій управління продуктивністю та якістю обслуговування в готельному підприємстві / І. І. Олексин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.5. – С. 131–136.
4. Ремеслова О. Л. Методичний підхід до визначення корпоративної стратегії підприємства готельного господарства / О. Л. Ремеслова // Торгівля і ринок України : збірник наукових праць. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – № 27. – С. 218–226.

5. Ремеслова О. Л. Основные направления развития стратегического управления в деятельности предприятий гостиничного хозяйства / О. Л. Ремеслова // Вісник донецького університету. – Донецьк : Дон-НУЕТ, 2007. – Т. 2. – С. 248–255.
6. Полчанинова И. Л. Формирование и выбор стратегии производственной деятельности гостиничного предприятия / И. Л. Полчанинова // Коммунальное хозяйство городов : науч.-техн. сб. – К., 2009. – № 89. – С. 504–508. (Экономические науки).
7. Башкова А. М. Антикризисные стратегии предприятий гостиничного бизнеса : автореф. дис. на соискание ученой степ. канд. экон. наук : спец. 08.00.05 / Башкова Александра Михайловна. – СПб., 2009. – 22 с.
8. Гаранина Е. Использование клиентоцентричных стратегий роста в гостиничном бизнесе в условиях кризиса / Е. Гаранина // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2010. – № 1. – С. 104–106.

УДК 339.942:005.642.4(100)

Кислицина О. В.

## СУЧАСНІ АСИМЕТРІЇ ТА ДИСПРОПОРЦІЇ РОЗВИТКУ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

*У статті розглянуто сутність процесу глобалізації, сучасні асиметрії та диспропорції включення країн у глобалізаційні процеси; проаналізовано різні методики вимірювання рівня глобалізації.*

**Ключові слова:** глобалізація, економічна глобалізація, соціальна глобалізація, політична глобалізація, індекс глобалізації, індикатор.

*В статье рассмотрена сущность процесса глобализации, современные асимметрии и диспропорции включения стран в процессы глобализации; проанализированы разные методики измерения уровня глобализации.*

**Ключевые слова:** глобализация, экономическая глобализация, социальная глобализация, политическая глобализация, индекс глобализации, индикатор.

*Essence of globalization process, modern asymmetries and disproportions of development of globalization processes are analyzed; different methods of measuring level of globalization are examined.*

**Key words:** globalization, economic globalization, social globalization, political globalization, globalization index, indicator.

**Постановка проблеми.** Незважаючи на те, що з 80-х років ХХ століття глобалізація виступає у якості генеральної тенденції та детермінанти розвитку світового господарства та міжнародних економічних зв'язків, сьогодні не існує єдиного підходу до розуміння сутності цього процесу, оцінки його динаміки та наслідків на рівні окремих держав. Ураховуючи все зазначене вище, а також те, що сьогодні все частіше рівень включення держав у глобалізаційні процеси розглядається як один з найважливіших факторів їх конкурентоспроможності, спроможність впливати на геоекономічні та геополітичні процеси, сьогодні існує нагальна потреба постійного моніторингу актуального рівня глобалізації країн та аналізу методичних підходів до оцінки динаміки та особливостей включення держав у глобалізаційні процеси.

**Аналіз літератури.** Питанням дослідження проблематики глобалізації присвячено роботи таких вчених, як В. Д. Базилевич, В. В. Білозубенко, О. Г. Білорус, І. Г. Владімірова, В. В. Дергачова, В. П. Ключко, Я. М. Столярчук, О. О. Стрижак, А. С. Філіпенко, В. Філюк, О. Б. Чернега. Разом з тим у науковій літературі недостатньо уваги приділяється аналізу сучасних підхо-

дів до оцінки включення країн у глобалізаційні процеси.

**Метою статті** є висвітлення особливостей сучасних методичних підходів до аналізу та оцінки рівня включення країн у глобалізаційні процеси.

**Виклад основного матеріалу.** Глобалізація виступає як загальносвітова тенденція формування глобального суспільства на основі посилення взаємопроникнення національних економік. Разом з цим у трактуванні поняття існує певна неоднозначність щодо змісту та складових елементів цього процесу.

Так, за визначенням МВФ, глобалізація – це взаємозалежність країн світу, що посилюється унаслідок зростаючого об'єму і різноманітності транскордонного руху товарів і послуг, а також швидкого і широкого поширення нових технологій.

І. Г. Владімірова характеризує поняття «глобалізація світової економіки» як посилення взаємозалежності та взаємовпливу різних сфер й процесів світової економіки, що виражається у поступовому перетворенні світового господарства у єдиний ринок товарів, послуг, капіталу, робочої сили й знань [1]. Деякі дослідники тракту-

ють глобалізацію у широкому розумінні «як процес, що виводить цивілізацію на вищий щабель розвитку із системною інтернаціоналізацією... охоплює політичні, економічні, соціальні, екологічні, науково-технологічні та інші складові» [2, с. 21]. В. В. Дергачова наголошує, що «глобалізація – це результат інтернаціоналізації всіх сфер громадського життя, установа безпосередніх стійких зв'язків між суб'єктами різних країн» [3, с. 21]. На думку В. Філюка, з яким не можливо не погодитися, найбільш повним та коректним є визначення глобалізації, запропоноване відомим українським дослідником В. Д. Базилевичем, який розглядає її як всеохоплюючий процес трансформації світового співтовариства у відкриту цілісну систему інформаційно-технологічних, фінансово-економічних, суспільно-політичних та соціально-культурних взаємозв'язків і взаємозалежностей [4].

Таким чином, глобалізація виступає як сучасний феномен розвитку економіки та суспільства, складне й неоднозначне явище, що потребує детального вивчення й аналізу її аспектів.

В даний час існують два найбільш поширених та авторитетних методичних підходи до оцінки рівня включення країн у глобалізаційні процеси:

- 1) спільний методичний підхід Швейцарського економічного інституту (Swiss Economic Institute) та Швейцарського федерального технологічного інституту (Swiss Federal Institute of Technology) – Індекс Глобалізації КОФ (КОФ Index of Globalization);
- 2) методичний підхід консалтингової компанії А.Т. Kearney спільно з політологічним журналом Foreign Policy – Індекс глобалізації (Globalization Index). Розглянемо ці методичні підходи дещо детальніше.

Так, **Індекс Глобалізації КОФ** був уперше представлений в 2002 р. і позиціонується як комбінований показник, який дозволяє оцінити масштаб інтеграції країни у світовий простір [5].

Станом на 2012 р. у рамках методичного підходу оцінюються 187 країн за 23 показниками [6], згрупованими у межах трьох основних блоків показників: економічна глобалізація, соціальна глобалізація, політична глобалізація.

Інтегральне значення Індeksu Глобалізації КОФ обчислюється як сума зазначених складових за наступними коефіцієнтами вагомості: 36%, 37% і 26%, відповідно [6].

Так, у межах блоку «економічна глобалізація» оцінюються її два виміри. По-перше, вимірюються фактичні економічні потоки (торгівля (відсоток від ВВП), прямі іноземні інвестиції (відсоток від ВВП), портфельні інвестиції (відсоток від ВВП), виплата доходів іноземним гро-

мадянам (відсоток від ВВП). По-друге, визначаються дані про обмеження (приховані бар'єри щодо імпорту, тарифи, податки) на міжнародну торгівлю у відсотках від поточних доходів, обмеження за рахунком капіталу.

Соціальну глобалізацію, відповідно до Індeksu Глобалізації КОФ, підрозділяють на три категорії. Перша категорія – особисті контакти: обсяг телефонного трафіку, грошові перекази (відсоток від ВВП), іноземний туризм, іноземні мешканці (відсоток від загальної чисельності населення), кількість листів за кордон (на душу населення). Друга – інформація про інформаційні потоки (інтернет-користувачі (на 1000 осіб)), телебачення (на 1000 осіб), торгівля газетами (відсоток від ВВП). Третя вимірює культурну близькість (кількість ресторанів McDonald's (на душу населення), кількість магазинів ІКЕА (на душу населення), торгівлю книгами (у відсотках від ВВП).

Рівень політичної глобалізації визначається на основі членства країни в міжнародних організаціях, участю в місіях Ради Безпеки ООН і в міжнародних угодах, кількістю посольств в країні.

Відповідно до даних дослідження Індeksu Глобалізації КОФ 2012, перша десятка виглядає наступним чином: Бельгія (92,76), Ірландія (91,95), Нідерланди (90,94), Австрія (90,55), Сінгапур (89,18), Швеція (88,23), Данія (88,11), Угорщина (87,38), Португалія (86,73), Швейцарія (86,64). Зазначимо, що Україна зайняла 44 місце (68,48). При цьому найбільших результатів у економічній глобалізації досягли Сінгапур, Люксембург, Ірландія, Мальта, Бельгія, Нідерланди, Угорщина, Швеція, Королівство Бахрейн, Об'єднані Арабські Емірати. Зазначимо, що за даним показником Україна посіла 61 місце, Росія – 98. У соціальній глобалізації – Кіпр, Ірландія, Сінгапур, Австрія, Бельгія, Швейцарія, Канада, Нідерланди, Данія, Франція. За даним показником Україна займає 69 місце, а Росія – 46. У політичній глобалізації – Італія, Франція, Бельгія, Австрія, Іспанія, Великобританія, Швеція, Польща, Португалія, Канада; Україна посіла 43 місце, Росія – 46 [6].

Другий методичний підхід – **Індекс глобалізації**, запропонований А. Т. Kearney та Foreign Policy – це зведений показник, що розраховується з 2003 р. й дозволяє оцінити масштаб інтеграції тієї або іншої країни у світовий простір. Останнє дослідження даного інституту проводилося в 2007 р. й охопило 72 держави, на частку яких припадає 88% населення планети й близько 97% світової економіки. У межах запропонованого методичного підходу передбачається оцінювання країн за 12 показниками, які об'єднані

у чотири ключові компоненти глобальної інтеграції.

1. Економічна інтеграція – обсяг міжнародної торгівлі, рівень міжнародної ділової активності, торговельні потоки, міжнародні інвестиції й різноманітні виплати (у тому числі й зарплати), пов'язані з перетинанням державних кордонів.

2. Персональні контакти – міжнародні поїздки й туризм, обсяг телефонного трафіку, поштових відправлень, транскордонних грошових переказів, інші особисті контакти.

3. Інформаційно-комунікаційні технології – рівень розвитку інформаційно-комунікаційної інфраструктури, число користувачів Інтернету, число безпечних інтернет-серверів (необхідні для проведення онлайн-транзакцій) і т. д.

4. Участь у міжнародній політиці – членство держав у міжнародних організаціях, участь у міжнародних місіях (включаючи місії ООН), ратифікація певних багатосторонніх договорів, кількість державних транскордонних фінансових операцій, кількість посольств і інших іноземних представництв у країні і т. д.

Для ранжування країн за рівнем глобалізації, відповідно методологічного підходу А. Т. Kearney, розраховується сума зазначених складових із рівними коефіцієнтами вагомості.

За даними Індексу Глобалізації (Globalization Index) [7; 8] на 2007 р., перша десятка виглядала таким чином: Сінгапур, Гонконг, Голландія, Швейцарія, Ірландія, Данія, США, Канада, Йорданія, Естонія.

Необхідно зазначити ще один методичний підхід, запропонований консалтинговою компанією А. Т. Kearney – **Індекс рівня глобалізації міст світу (Global Cities Index)**, що характеризує можливості глобалізаційних процесів, згідно з яким містом світу ранжуються за 5 головними напрямками: рівень ділової активності (30%), людський капітал (30%), інформаційний обмін (15%), культурний рівень (15%) і політична вага (10%).

Міста, охоплені дослідженням, розподілялись за 24 політичними, соціальними і культурними критеріями: кількість штаб-квартир компаній, що входять до числа 500 найбільших компаній світу; розміри фондового ринку; кількість університетів світового значення; частка населення з вищою освітою; кількість кореспондентських пунктів ЗМІ глобального значення, які базуються в даному місті; кількість прийнятих іноземних туристів; кількість міжнародних конференцій, проведених у місті; кількість міжнародних спортивних змагань тощо. Автори рейтингу вважають мегаполіси осередками глобальної інтеграції і рушійною силою для своїх країн, глобальними центрами бізнесу, політики і культури [9].

Індекс рівня глобалізації міст світу публікується кожні два роки, починаючи з 2008 р. (табл. 1). У 2012 р. до рейтингу потрапило 66 міст світу із трійкою лідерів: Нью-Йорк, Лондон та Париж. З пострадянських міст до списку найбільш глобалізованих міст потрапила лише Москва (19 місце у рейтингу 2012 р.).

Таблиця 1.

Динаміка індексу рівня глобалізації міст світу (Global Cities Index) [10].

2012	2010	2008	Місто
1	1	1	Нью-Йорк (6,35)
2	2	2	Лондон (5,79)
3	4	3	Париж (5,48)
4	3	4	Токіо (4,99)
5	5	5	Гонконг (4,56)
6	7	6	Лос-Анджелес (3,94)
7	6	8	Чикаго (3,66)
8	10	9	Сеул (3,41)
9	11	13	Брюссель (3,33)
10	12	11	Вашингтон (2,77)

**Висновки.** Глобалізація постає однією з найвизначних тенденцій сучасності, як результат тотальної інтернаціоналізації, що проявляється в усіх сферах суспільного життя. На сучасному етапі розвитку світової економічної системи використовуються різноманітні методичні підходи щодо оцінки включення країн світової спільноти до сучасних глобалізаційних процесів. Проте проаналізовані у роботі методичні підходи різних інститутів не в повній мірі відображають сучасні глобалізаційні тенденції, але можуть бути використані для аналізу впливу процесу глобалі-

зації на національні економіки, а також для розробки пропозицій щодо вдосконалення форм і методів участі країни в міжнародних відносинах.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Владимірова И. Г. Глобализация мировой экономики: проблемы и последствия / И. Г. Владимірова // Менеджмент в России и зарубежом. – 2001. – № 3. – С. 15–19.
2. Глобальна економіка XXI століття: людський вимір : монографія / [Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, А. М. Колот та ін.]. – К. : КНЕУ, 2008. – 420 с.

3. Дергачова В. Процеси економічної глобалізації в міжнародних зіставленнях / В. Дергачова, О. Згуровський // Журнал Європейської економіки. – 2011. – Т. 10 (№ 2). – С. 312–315.
4. Филлок В. Глобалізація, конкуренція і економічна концентрація: діалектика взаємозв'язку / В. Филлок // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2011. – № 128. – С. 45–49.
5. Центр гуманитарних технологій. Гуманитарные технологии и развитие человека [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru/ratings/globalization-index/globalization-index-info>.
6. KOF Index of Globalization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalization-index.org/>.
7. Global Sherpa. Globalization, International Development and World Rankings from a Positive, Comparative Perspective [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalsherpa.org/globalization-globalisation>.
8. Информационно-аналитическое агентство «Центр гуманитарных технологий» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gtmarket.ru/ratings/globalization-index/globalization-index-info>.
9. Клочко В. П. До виміру глибини глобалізаційних змін в економіці / В. П. Клочко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9(99) – С. 27–33.
10. The 2012 Global Cities Index and Emerging Cities Outlook Foreign policy. A. T. Kearney and The Chicago Council on Global Affairs [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.atkearney.com/documents/10192/dfedfc4c-8a62-4162-90e5-2a3f14f0da3a>.

УДК 339.92:004.75

Москалева Ю. П., Сейдаметова З. С., Темненко В. А.

## ЭКОНОМИКА ДАТА-ЦЕНТРОВ: ПРЕДОСТАВЛЯЕМЫЕ УСЛУГИ, МИРОВАЯ СТАТИСТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ УКРАИНЫ

*У статті розглянута економіка дата-центрів в глобальному контексті, а також у контексті перспектив ринку дата-центрів України. Описано послуги, які надаються дата-центрами, структура корпоративного та комерційного сегментів ринку дата-центрів. Представлені кількісні характеристики ефективності роботи дата-центру, а також статистичні характеристики світового ринку дата-центрів.*

**Ключові слова:** дата-центр, IT-інфраструктура, хмарні технології, колокація, послуги дата-центрів.

*В статье рассмотрена экономика дата-центров в глобальном контексте, а также в контексте перспектив рынка дата-центров Украины. Описаны услуги, предоставляемые дата-центрами, структура корпоративного и коммерческого сегментов рынка дата-центров. Представлены количественные характеристики эффективности работы дата-центра, а также статистические характеристики мирового рынка дата-центров.*

**Ключевые слова:** дата-центр, IT-инфраструктура, облачные технологии, колокация, услуги дата-центров.

*We consider the economics of data centers in a global context, and in the context of the market prospects of Ukrainian data centers. We describe the services provided by the data centers, the structure of corporate and commercial segments of data centers market. We present quantitative characteristics of the data centers efficiency, as well as the statistical characteristics of the data centers global market.*

**Key words:** data center, IT-infrastructure, cloud computing, collocation, data center services.

**Постановка проблеми.** На міжнародному ринку розподілу праці однією з представлених інтересів і вже востребованих послуг, котрі може надавати Україна, є послуги, надавані дата-центрами, такі як виділений/віртуальний сервер, колокація, аренда телекомунікаційних стоек, виділена зона, хостинг (в т. ч. віртуальний хостинг). Тому важливим елементом державної політики є підтримка розвитку нових напрямків ІТ-сфери, таких як хмарні технології (Cloud Computing), а також стимулювання вкладень ресурсів в створення відповідної інфраструктури і її розширення.

Вступивши в силу в початку 2011 року Закон України «Про захист персональних даних» [1] і Постанова Національного банку України (НБУ) № 474 [2] зобов'язують вітчизняні фінансові установи обробляти і зберігати інформацію на серверах, розміщених на території України. Таке нововведення також сприяє внутрішньому попиту на дата-центри, розташовані в Україні.

Ринок дата-центрів розділяється на два сегменти – комерційні і корпоративні дата-центри, котрі використовують різні моделі ведення бізнесу. Тому важливим є вивчення можливостей і особливостей кожного

сегмента рынка дата-центров, центров приема, хранения и обработки различных клиентских данных.

**Анализ литературы.** В работе [3] рассмотрена проблематика индустрии дата-центров в глобальном контексте, проанализирован глобальный рынок дата-центров, представлен сопоставительный анализ индустрии дата-центров в развитых и развивающихся странах. И. Кириллов в своих статьях [4–8] изучает развитие облачных технологий и сопутствующей ей инфраструктуры в Украине, в частности, описывает крупные дата-центры Украины. В работе [9] описаны способы оценки эффективности работы дата-центров, а также метрика измерения параметров эффективности.

В отчете «Экономический вклад дата-центров в центре и на севере штата Вашингтон» [10] сказано, что этот регион является одним из наиболее привлекательных районов США для разворачивания дата-центров, поскольку в этом штате низкие цены на землю, электричество, развита оптоволоконная структура, хорошие погодные условия, низкий риск природных катаклизмов. В отчете отмечается, что строительство новых дата-центров (четыре построены и три строятся) и развитие этой индустрии приносит в регион сотни миллионов долларов инвестиций, открывает множество высокооплачиваемых рабочих мест.

В статье [11] Томасом Квасневским представлен пример разворачивания программного приложения, реализованного с помощью облачного инструментария Microsoft. Представлены фазы миграции приложения на облачный ресурс, т. е. физического разворачивания на одном (или нескольких – благодаря требованию трипликации) из серверов дата-центра компании Microsoft.

В статье Джо Вейнмана [12] описана не так давно появившаяся отрасль Cloudonomics (клаудномика), связанная с экономическими аспектами облачных технологий. Также представлены экономические модели расчета основных параметров облачных технологий – инфраструктуры, независимого расположения, ценообразования, сервисов по требованию. Представлена математическая модель облачной структуры в виде конечного автомата или сетей Петри.

В монографии Б. Сосинского [13] описаны терминология, концепции, возможности облачных технологий, описаны сервисы, предоставляемые крупнейшими облачными провайдерами Google, Amazon, Microsoft Web, а также методы облачных коммуникаций – IM (Instant Messaging), Twitter, Google Buzz, Facebook и др. Описано влияние облачных технологий на способы

использования мобильных телефонов и наоборот.

В специальных отчетах Национального института стандартов и технологий (NIST – The National Institute of Standards and Technology) [14; 15] представлены отчеты и рекомендации по предоставлению услуг и использованию облачных технологий, а также директивы по вопросам безопасности и конфиденциальности при использовании услугами общественных облачных технологий.

**Цель статьи** – проанализировать коммерческий и корпоративный сегменты рынка услуг дата-центров, описать количественные характеристики этих центров, проанализировать статистические характеристики мирового рынка дата-центров.

**Изложение основного материала.**

**Сегментация рынка дата-центров.**

По данным международной аналитической компании IDC (International Data Corporation), предоставляющей маркетинговые и консультационные услуги, общее количество дата-центров в США уменьшается (в 2009 году уменьшение составляло 0,7%). По прогнозам IDC, общее количество дата-центров в 2016 году уменьшится до 2,87 млн. (в 2012 году количество дата-центров 2,94 млн.), т. е. к 2016 году в США будет на 100 тысяч дата-центров меньше, чем в 2012 году. Согласно данным IDC, ИТ-инфраструктура дата-центров развивается с положительным приростом, что означает укрупнение дата-центров, увеличение роли виртуализации, облачных услуг. Общая площадь существующих в США ИТ-площадок увеличится и составит более 65 млн. кв. м к 2016 г. (в 2012 году общая площадь равна 57 млн. кв. м) [16–18].

Разные сегменты рынка дата-центров (коммерческий и корпоративный) предполагают различные бизнес-модели. Корпоративный сегмент (корпоративные дата-центры) имеет отношение к конкретной компании и необходим для обслуживания ее внутренних процессов. Оборудование корпоративных дата-центров, решения, стандарты определяются в зависимости от производственных задач и процессов. Коммерческий сегмент (коммерческие дата-центры) предполагает предоставление услуг сторонним лицам и организациям. Коммерческие дата-центры строятся для обслуживания большого количества серверов, с обязательным широкополосным доступом в Интернет (для корпоративных дата-центров это не обязательно). В случае коммерческих дата-центров бизнес-модель имеет отношение к рынку услуг для конечного пользователя/потребителя, а в случае корпоративных – к проектному бизнесу. В корпоративном сегменте

рынка дата-центров применяются более дорогие решения для увеличения надежности, в коммерческом – при выборе решений принимают во внимание соотношения цена/надежность, цена/производительность.

Исследования по рынку коммерческих и корпоративных дата-центров в Украине не проводились. Однако в последнее время в Украине стал расти коммерческий сегмент рынка дата-центров. По данным, представленным в статье И. Кириллова [4], в среднем годовой рост этого сегмента в 2011 году составил 16% (в 2010 г. украинский рынок коммерческих дата-центров составлял 12,5 млн. долл., а в 2011 – 14,5 млн. долл.), в то время как объем рынка корпоративных дата-центров в Украине снизился с 17–20 млн. долл. в 2010 г. до 15 млн. долл. в 2011 г.

Как утверждается в [4], в Украине отсутствуют официально сертифицированные дата-центры. Большинство коммерческих дата-центров в Украине не соответствуют критериям Tier III стандарта «Телекоммуникационная инфраструктура дата-центров» TIA-942 [19]. Полностью соответствуют требованиям этого стандарта два украинских дата-центра: DeNovo (<http://www.de-novo.biz/>) и BeMobile (<http://bemobile.ua/>). Эти дата-центры имеют различные модели сбыта. DeNovo предлагает полностью готовые модули нескольких типов, BeMobile готовит площадки индивидуально под требования конкретного заказчика. Большинство других коммерческих дата-центров принадлежат операторам связи, интернет-провайдерам, в основном они реализуют на этих площадках свои основные услуги.

Одной из особенностей рынка дата-центров Украины является то, что в основном дата-центры сосредоточены в Киеве. Это объясняется тем, что в отличие от развитых стран в Украине дата-центры выгодно располагать на территориях с максимальной концентрацией высокоскоростных Интернет-каналов. Например, в Киеве ведется строительство самого большого в Украине на текущий момент дата-центра «Парковый», его площадь составит 2715 кв. м, мощность – 4 МВт. Уровень надежности площадки – Tier III.

**Услуги дата-центров.** Перечислим виды услуг, которые могут предоставлять дата-центры:

- *хостинг*, в т. ч. виртуальный хостинг – предполагается расположение множества сайтов на одном веб-сервере (модель: каждый веб-сайт имеет свой собственный раздел веб-сервера; программное обеспечение общее для всех веб-сайтов);
- *выделенный сервер* – предоставляется в аренду сервер требуемой конфигурации;

- *виртуальный сервер* – предоставляет клиенту в пользование часть сервера и ресурсов; при этом сервер разделен на несколько виртуальных независимых серверов (реализовывается программным способом);
- *колокация* – размещение оборудования клиента на территории провайдера (в дата-центре); провайдером обеспечивается сервисное обслуживание и подключение оборудования клиента к электричеству, к широкополосным каналам связи;
- *аренда телекоммуникационных стоек* – представляет собой частный случай колокации; клиенту передаются стойки в дата-центре для монтажа собственного или субклиентского оборудования;
- *выделенная зона* – владельцы дата-центра выделяют часть своих площадок для специальных клиентов (например, финансовые компании) со строгой политикой внутренней безопасности (модель: провайдер услуг предоставляет выделенную зону, которую обеспечивает каналами связи, системами охлаждения, энергоснабжения, безопасности; клиент создает на этой площадке свой дата-центр).

Ввиду явной сегментации украинского рынка коммерческих дата-центров и недостаточного их количества, конкуренция между ними отсутствует. Потенциальные заказчики услуг выбирают между строительством собственного дата-центра или арендой коммерческой площадки. В случае необходимости в создании дата-центра площадью не менее 400 кв. м с общим энергопотреблением от 400 кВт экономически выгоднее построить собственный дата-центр, чем арендовать площадку. В большинстве случаев более целесообразным является аутсорсинг, т. е. создание дата-центра в рамках арендованной площадки с готовыми решениями по обеспечению электрической мощностью, системой охлаждения, безопасностью и надежной охраной.

К числу крупных дата-центров Украины, обслуживающих более чем по 100 серверов, можно отнести такие дата-центры:

- «Адамант» (<http://dc.adamant.ua/>),
- «Воля» (<http://www.dc.volia.com/>),
- «Soft-line» (<http://www.softline.kiev.ua/>),
- «ColoCall» (<http://www.colocall.net/>),
- «BeMobile» (<http://bemobile.ua/>),
- «Dream Line» (<http://dream.net.ua/>),
- «Xost.com.ua» (<http://www.xost.com.ua/>),
- «P-host» (<http://www.p-host.com.ua/>),
- «DeNovo» (<http://www.de-novo.biz/>),
- «Укртелеком» (<http://www.dc.ukrtelecom.ua/>).

**Количественные характеристики эффективности работы дата-центров.** Для оценки и повышения эффективности работы дата-



центров используются показатели, которые позволяют оценивать и повышать эффективность работы дата-центров, принимать решения по строительству новых предприятий, проводить сопоставления с эталонными показателями отрасли [9]:

- коэффициент эффективного использования энергии (PUE – Power Usage Effectiveness); вычисляется по формуле

$$PUE = P_T / P_{IT}, \quad (1)$$

где  $P_T$  – общая мощность объектов,

$P_{IT}$  – мощность IT-оборудования;

- коэффициент эффективности дата-центра (DCE – Data Center Efficiency); почти не используется из-за неправильной трактовки представления дата-центра, заменен на более понятный параметр коэффициент эффективности инфраструктуры дата-центра DCiE;
- коэффициент эффективности инфраструктуры дата-центра (DCiE – Data Center infrastructure Efficiency) представляет собой обратную величину к PUE и вычисляется как

$$DCiE = 1/PUE = P_{IT}/P_T \cdot 100\%. \quad (2)$$

В уравнениях (1) и (2) общая мощность объектов  $P_T$  определяется как энергия, выделяемая только для дата-центра и измеренная счетчиком электроэнергии; она включает все объекты, которые предназначены для обслуживания IT-оборудования – источники бесперебойного питания, коммутационное оборудование, генераторы, системы охлаждения и вентиляции, освещение и др.

Мощность IT-оборудования  $P_{IT}$  определяется как энергия, используемая для администрирования, организации, обработки, хранения потоков данных в дата-центре; учитывает нагрузки, связанные с серверным оборудованием, системами хранения данных, сетевое оборудование, рабочие станции.

Параметры PUE и DCiE позволяют определять возможности повышения эксплуатационной эффективности дата-центра, возможности перераспределения энергии в пределах дата-центра, проводить сравнение дата-центров, делать выводы о необходимости модернизации инфраструктуры и внедрении новых технологий.

В настоящее время отсутствует статистика по параметрам PUE и DCiE для дата-центров в мире. В исследованиях, проведенных Агентством по защите окружающей среды США и представленных в отчете [20], выяснено, что значение параметра PUE должно быть не более чем 3,0. PUE = 3,0 (DCiE ≈ 33%) означает, что энергия, потребляемая определенным дата-центром, в три раза больше энергии, необходимой для энергоснабжения IT-оборудования; PUE ≈ 1,0 означает эффективность в 100%, т. е. вся энергия

используется только для работы IT-оборудования. При правильном подходе к проектированию и эксплуатации дата-центра можно получить значение PUE равное 1,6. Такие выводы сделаны по результатам работы Национальной лаборатории Министерства энергетики США в Беркли (Lawrence Berkeley National Laboratory).

По экспертным данным, дата-центры Украины имеют показатель энергоэффективности PUE выше, чем 1,8, т. е. DCiE ≈ 56% [6].

**Статистические характеристики мирового рынка дата-центров и перспективы Украины.** По исследованию, проведенному в [3], и по статистическим данным, представленным на ресурсе [21], в 2011 году наибольший рост рынка дата-центров наблюдался в Турции (60%), Бразилии (45%), Колумбии (40%), Аргентине (36%), России (29%), Китае (28%). Наблюдается также небольшой рост объектов в Украине. Рынок дата-центров Украины растет, но показатели значительно отстают от рынка соседних стран – например, объем российского рынка дата-центров в 2011 году составил 180 млн. долл., т. е. в 10 раз больше, чем в Украине. Наполненность российских дата-центров составляет примерно 66%, тогда как в Украине этот показатель равен 55%. В случае Украины наблюдается ситуация, когда предложение существенно превышает спрос.

Как и на рынке развитых стран, все дата-центры Украины имеют свои собственные площадки, в то время как в России дата-центры не имеют собственных площадок и арендуют мощности у других, более крупных организаций.

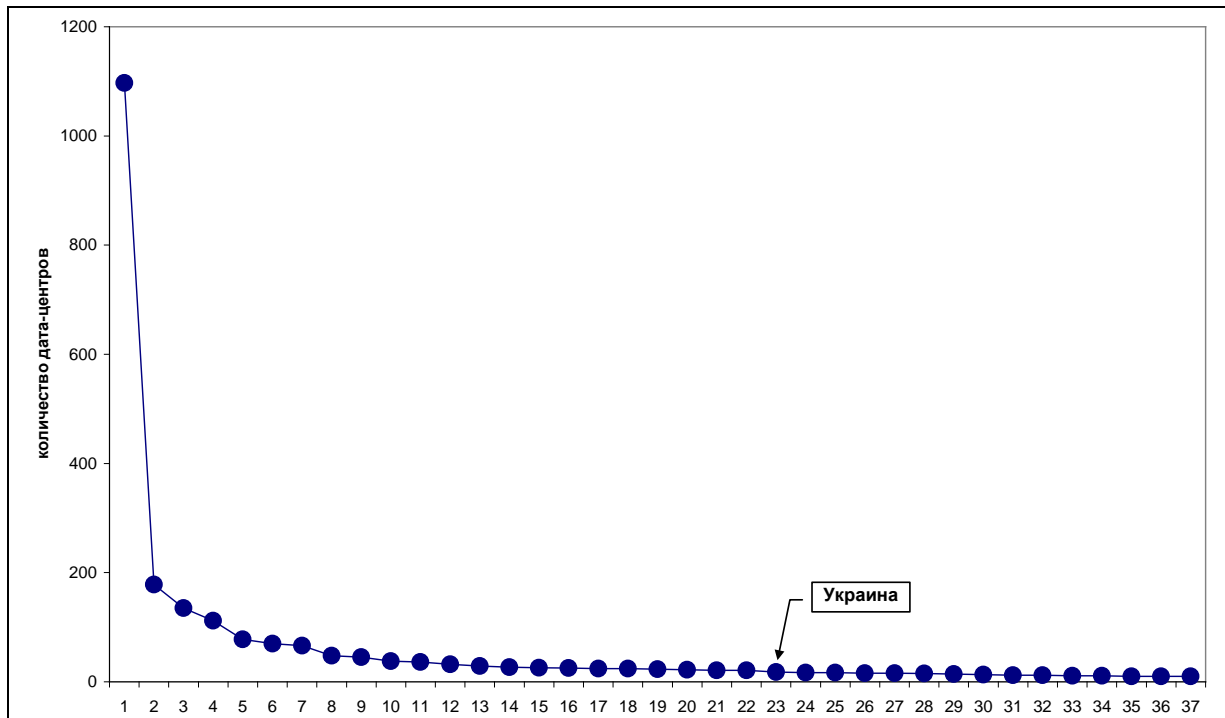
Основной вид услуг, предлагаемый дата-центрами Украины – это колокация, выделенный сервер. Уровень цен на услуги украинских дата-центров соответствует западному образцу.

На бесплатном веб-сервисе Data Center Map [22], соединяющим провайдеров и клиентов дата-центров, представлены данные по 2559 площадкам 89 стран. Основные услуги: колокация, IP транзит, удаленный доступ, выделенные сервера, интернет обмен и др.

Наибольшее количество площадок, предлагающих услуги дата-центров и представленных на сайте Data Center Map, сосредоточено в США – 1097 (43% от мирового количества). От 200 до 100 площадок находится в Великобритании (178), Германии (135), Франции (112) – совместно они составляют 16,6%. От 100 до 50 площадок предлагают Канада (78), Нидерланды (70), Австралия (66); от 50 до 10 – Индия (48), Швейцария (45), Испания (38), Италия (36), Россия (32), Румыния (29), Бельгия (27), Швеция (26), Малайзия (25), Дания и Польша (по 24),

Турция (23), Португалия (22), Гонконг и Индонезия (по 21), Украина (18), Болгария и Южная Африка (по 17), Чехия и Латвия (по 16), Бразилия (15), Ирландия (14), Словакия (13), Япония и Люксембург (по 12), Финляндия и Норвегия (по 11) Саудовская Аравия и Сингапур (по 10) [22].

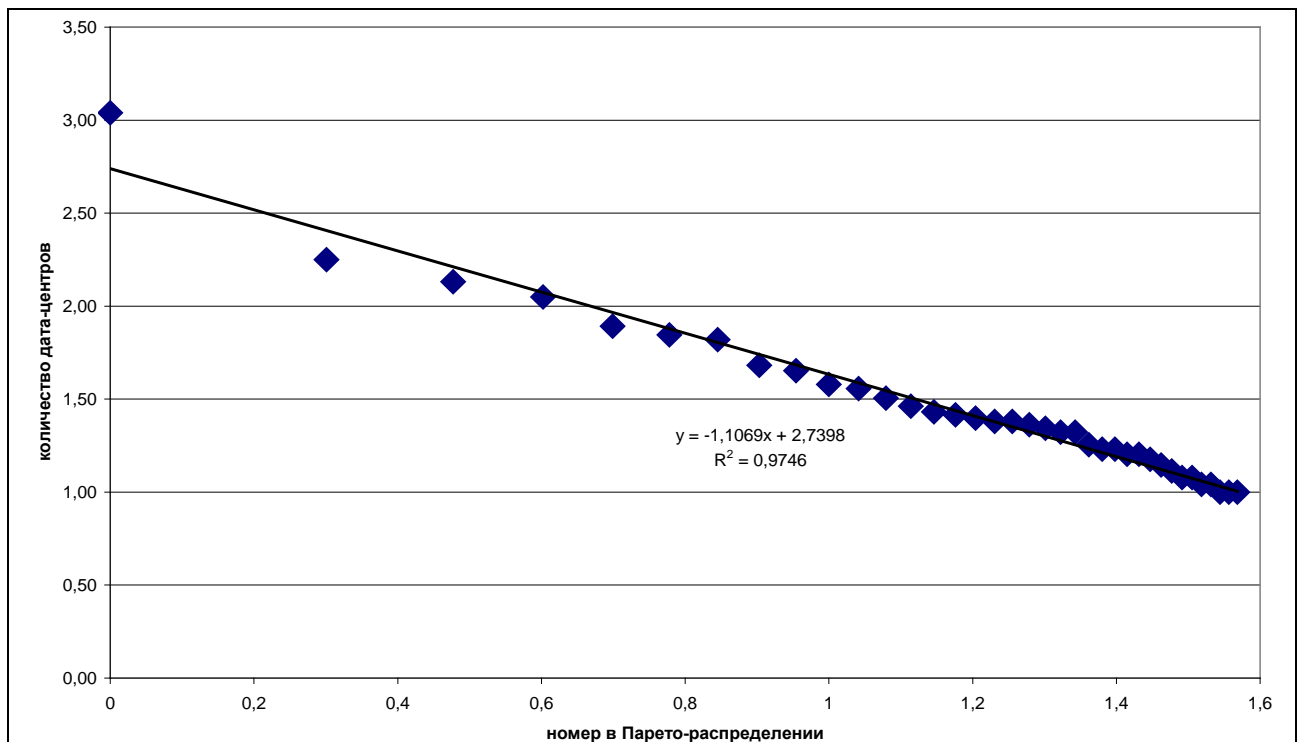
На рис. 1 представлено Парето-распределение этих стран по количеству площадок и отмечено место Украины. Украина представлена на ресурсе Data Center Map восемнадцатью площадками дата-центров – 15 из них расположены в Киеве, 2 – в Одессе, 1 – в Харькове [23].



**Рис. 1. Парето-распределение стран по количеству дата-центров (для стран, имеющих свыше десяти дата-центров), предоставляющих услуги колокации.**

На рис. 2 представлено в логарифмической шкале Парето-распределение стран по количеству

у дата-центров (для стран, имеющих свыше десяти дата-центров).



**Рис. 2. Парето-распределение стран по количеству дата-центров (для стран, имеющих свыше десяти дата-центров), предоставляющих услуги колокации, в логарифм. шкале.**

На рис. 3 в логарифмической шкале представлено Парето-распределение стран по количеству дата-центров (для стран, имеющих свыше

десяти дата-центров) без учета четырех стран лидеров (США, Великобритании, Германии, Франции).

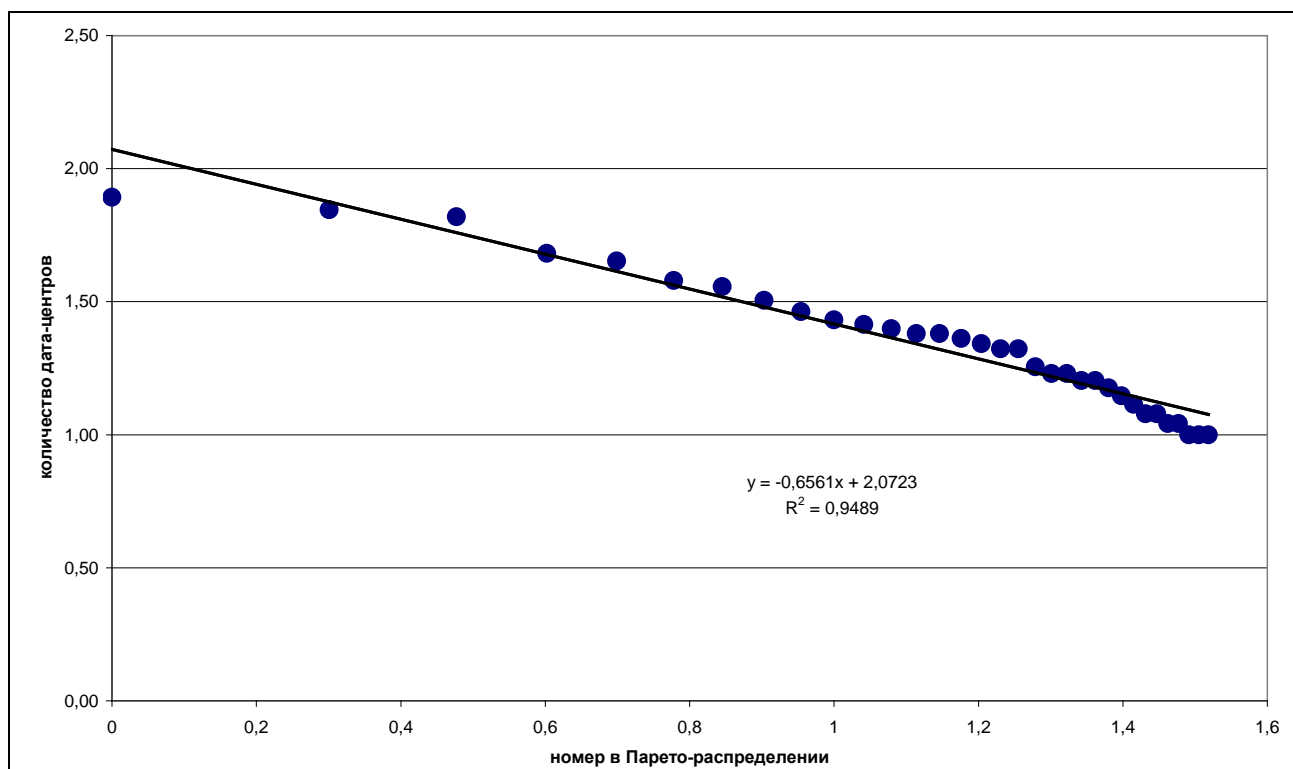


Рис. 3. Парето-распределение стран по количеству дата-центров (от 100 до 10), предоставляющих услуги колокации, в логарифмической шкале.

Рис. 1, 2, 3 позволяют сделать следующие почти очевидные заключения.

1. Как и в других областях новых технологий, рынок США составляет почти половину мирового рынка; возможно, это связано с тем, что высокие требования к надежности этих услуг не позволяют пока перенести бизнес дата-центров в страны третьего мира.

2. Успешная конкуренция на этом рынке для стран-аутсайдеров представляется вполне возможной: Парето-диаграммы рис. 2 и 3 достаточно пологие. Приблизительно зависимость Парето-индекса  $I$  (числа дата-центров в стране) от Парето-номера страны  $n$  на этой диаграмме можно представить в виде  $I \approx n^{-1}$  (если учитывать четыре лидирующие страны), или  $I \approx n^{-2/3}$  (без учета стран-лидеров). Такой небольшой наклон Парето-диаграмм демонстрирует возможность успешного продвижения «вверх по Парето-диаграмме» для любой страны, правительство которой озабочено созданием стимулов для развития этого вида бизнеса, а предприниматели осознают инвестиционную привлекательность этой сферы.

**Выводы.** К сожалению, в Украине не проводятся регулярные исследования и мониторинг сегмента рынка услуг дата-центров; отсутствуют статистические данные, относящиеся к этому сегменту рынка.

Тем не менее, несмотря на мировую экономическую стагнацию, сложности в национальной экономике, украинский рынок коммерческих дата-центров представляет определенный интерес для инвесторов, потребителей и производителей.

Представленные количественные и качественные данные о корпоративном и коммерческом сегментах рынка услуг дата-центров Украины позволяют положительно оценить динамику и перспективы этой отрасли.

Инвестиции в индустрию дата-центров считаются надежными, потому данный период времени в Украине можно охарактеризовать как фазу активного развития отрасли. Проекты, связанные с дата-центрами и реализованные в Украине, укрупняются. Также планируется строительство новых крупных дата-центров.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Закон України «Про захист персональних даних» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.
2. Постанова Правління Національного банку України від 28.10.2010 № 474 «Про набрання чинності стандартами з управління інформаційною безпекою в банківській системі України» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/v0474500-10>.

3. Сейдаметова З. С. Глобальная индустрия дата-центров: инвестиции, качество персонала, заработная плата / З. С. Сейдаметова, В. А. Темненко // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. Выпуск 33. Экономические науки. – Симферополь : НИЦ КИПУ, 2012. – С. 114–120.
4. Кириллов И. Рынок коммерческих дата-центров Украины: звездный час близок? [Электронный ресурс] / И. Кириллов // Сети и бизнес. – 2012. – № 3(64). – Режим доступа : [http://www.sib.com.ua/arhiv\\_2012/2012\\_3/statia\\_1\\_4/statia\\_1\\_4\\_2012.htm](http://www.sib.com.ua/arhiv_2012/2012_3/statia_1_4/statia_1_4_2012.htm).
5. Кириллов И. Коммерческие ЦОД в Украине: новый этап развития [Электронный ресурс] / И. Кириллов // Сети и бизнес. – 2010. – № 3(52). – Режим доступа : [http://sib.com.ua/arhiv\\_2010/2010\\_3/statia\\_3\\_1\\_2010/statia\\_3\\_1\\_2010.htm](http://sib.com.ua/arhiv_2010/2010_3/statia_3_1_2010/statia_3_1_2010.htm).
6. Кириллов И. Рынок коммерческих ЦОД: развитие продолжается [Электронный ресурс] / И. Кириллов // Сети и бизнес. – 2011. – № 3(58). – Режим доступа : [http://sib.com.ua/arhiv\\_2011/2011\\_3/statia\\_3\\_1\\_2011/statia\\_3\\_1\\_2011.htm](http://sib.com.ua/arhiv_2011/2011_3/statia_3_1_2011/statia_3_1_2011.htm).
7. Кириллов И. Всем хороши «облака» ... пока они далеки [Электронный ресурс] / И. Кириллов, К. Коваленко // Сети и бизнес. – 2012. – № 4(65). – Режим доступа : [http://www.sib.com.ua/arhiv\\_2012/2012\\_4/statia\\_1\\_6/statia\\_1\\_6\\_2012.htm](http://www.sib.com.ua/arhiv_2012/2012_4/statia_1_6/statia_1_6_2012.htm).
8. Кириллов И. Коммерческие дата-центры Украины – взгляд изнутри [Электронный ресурс] / И. Кириллов // Сети и бизнес. – 2009. – № 3(46). – Режим доступа : [http://sib.com.ua/arhiv\\_2009/2009\\_3/statia\\_3\\_1\\_2009/3\\_1\\_2009.htm](http://sib.com.ua/arhiv_2009/2009_3/statia_3_1_2009/3_1_2009.htm).
9. Мацкевич Д. Показатели эффективного использования энергии в дата-центре, разработанные Green Grid: PUE и DCiE [Электронный ресурс] / Д. Мацкевич. – Режим доступа : <http://dcnt.ru/?p=1953>.
10. The Economic Contributions of Data Centers in North Central Washington [Электронный ресурс] / Washington Research Council, 2010. – Режим доступа : [http://www.researchcouncil.org/docs/PDF/WRCecon\\_omics/TheEconContribFullReport.pdf](http://www.researchcouncil.org/docs/PDF/WRCecon_omics/TheEconContribFullReport.pdf).
11. Kwasniewski T. Cloud Computing – How easy is it? / Tomas Kwasniewski // Journal of Software Technology: Cloud Computing. – 2011. – Vol. 14. – № 4, Oct. – P. 20–26.
12. Weinman J. Cloudonomics: A Rigorous Approach to Cloud benefit quantification / Joe Weinman // Journal of Software Technology: Cloud Computing. – 2011. – Vol. 14. – № 4, Oct. – P. 10–17.
13. Sosinsky B. The Cloud Computing Bible / Barrie Sosinsky. – USA : Wiley Publishing, 2011. – 528 p.
14. Cloud Computing Synopsis and Recommendations / [M. L. Badger, T. Grance, R. Patt-Corner, J. M. Voas] / NIST Special Publication 800-146. – Gaithersburg, MD : NIST, May, 2012. – 81 p.
15. Grance T. Guidelines on Security and Privacy in Public Cloud Computing / T. Grance, W. Jansen / NIST Special Publication 800-144. – Gaithersburg, MD: NIST, December 09, 2011. – 80 p.
16. Сайт компании IDC [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.idc.com/>.
17. Тенденции на рынке дата-центров [Электронный ресурс] // Новости хостинг провайдера CityHost.com.ua (12.11.2012). – Режим доступа : <http://cityhost.ua/news/?newsid=38>.
18. U.S. Datacenter 2012–2016 Forecast / IDC Market Analysis, Doc № 237070, September 2012. – 23 p.
19. Telecommunications Infrastructure Standard for Data Centers TIA-942 / Standards and Technology Department. – Arlington, VA: Telecommunications Industry Association, 2005. – 142 p.
20. Report to Congress on Server and Data Center Energy Efficiency / Public Law 109-431. – U.S. Environmental Protection Agency ENERGY STAR Program, August 2, 2007. – 133 p.
21. Datacenter Dynamics [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.datacenterdynamics.com/research/market-growth-2011-2012>.
22. Data Center Map [Электронный ресурс] // Collocation Data Centers. – Режим доступа : <http://www.datacentermap.com/datacenters.html>.
23. Data Center Map [Электронный ресурс] // Collocation Ukraine. – Режим доступа : <http://www.datacentermap.com/ukraine>.

УДК 336.71

Цівіна М. С.

## ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СВІТОВИМИ БАНКІВСЬКИМИ ГРУПАМИ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

*Досліджено практичні аспекти впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності лідируючими світовими банками в Європі, США та країнах Азії, визначено їх відмінності та особливості в розрізі країн. Надано рекомендації стосовно підвищення ступеню використання КСВ на ринках фінансових послуг в Україні.*

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, методи корпоративної соціальної відповідальності, міжнародна банківська група.

*Исследованы практические аспекты внедрения концепции корпоративной социальной ответственности лидирующими мировыми банками в Европе, США и странах Азии, определены их отличия и особенности в разрезе стран. Даны рекомендации относительно повышения степени использования КСО на рынках финансовых услуг в Украине.*

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, методы корпоративной социальной ответственности, международная банковская группа.

*The practical aspects of introducing the concept of corporate social responsibility by world's leading banks in Europe, USA and Asia had been analyzed, their differences and peculiarities in terms of countries had been defined. The recommendations on increasing the use of CSR at the financial services markets in Ukraine had been given.*

**Key words:** corporate social responsibility, methods of corporate social responsibility, international banking group.

**Постановка проблеми.** За останній час економічний світ загалом, та бізнес середовище, існування суб'єктів економічної діяльності зокрема, відчули явний вплив абсолютно нових та, на перший погляд, невідомих економічних стратегій, які почали активно, а головне – ефективно впливати на конкурентоспроможність підприємств, їх політику діяльності.

Протягом останніх десятиліть феномен корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) так само почав досить швидко розповсюджуватися в бізнес середовищі, а також лідери ринків, зокрема мова йде про ринок банківських послуг, чітко наголошують на використанні даного економічного феномену у своїй діяльності. Однак існує проблема того, що крім теоретичних розбіжностей спостерігається брак досліджень практичного використання стратегій та методів КСВ.

**Аналіз літератури.** До проблем поняття корпоративної соціальної відповідальності зверталися відомі економісти світу, а саме Мілтон Фрідман [1], Філіп Котлер [2], а також вітчизняні вчені Ю. М. Петрушенко, Т. І. Иванова [3]. Концепції застосування елементів та методів КСВ на практиці розглядали С. Хілтон, Д. Гіббонс [4], О. В. Дудкін [5]. Проте сьогодні існує питання щодо того, що, копіюючи чи беручи приклад з зарубіжних банків, українські топ-менеджери не надають цьому поняттю такого самого значення та бачення як це роблять їх іноземні колеги, а також український ринок не демонструє досліджень практики використання КСВ.

**Мета дослідження** – вивчення практик використання концепцій корпоративної соціальної відповідальності світовими банківськими групами та надання рекомендацій щодо використання методів корпоративної соціальної відповідальності національними банками на ринку фінансових послуг України.

**Виклад основного матеріалу.** Вперше про соціальну відповідальність як ідею почали говорити в США у 70–80-х роках, коли в рекламних кампаніях крупних корпорацій почало все частіше з'являтися слово «екологія» та вплив тієї чи іншої корпорації на вирішення пов'язаних з нею проблем. Тоді економічний світ почав звертати увагу на соціальний аудит, що можна схарактеризувати як спосіб виміру впливу діяльності компанії на життя та благополуччя країни.

Очевидно, що навколо поняття КСВ почали створюватися нові ідеї, трактування та бачення даного феномену. Одним з перших, хто опублікував свою думку щодо поняття КСВ у 70-х роках, був Мілтон Фрідман, який вважав, що існує лише одна корпоративна соціальна відповідальність – використовувати ресурси та енергію компанії в діях, які ведуть до збільшення прибутку [1; 6]. Коли згодом у ХХІ столітті в Європі та США почали з'являтися кодекси та стандарти соціальної поведінки підприємств (Всесвітня угода ООН, Стандарти ISO, Відповідальність 1000 та ін.), поняття КСВ було переглянуто багатьма всесвітніми організаціями (Європейською комісією, Світовим банком) і набуло дещо іншого значення. Так, КСВ розглядалася як діяльність, спрямована на сприяння стійкому розвитку компанії, а також добровільне прагнення компанії покращувати стан суспільства [4; 7].

Міжнародні банківські групи в своїй діяльності використовують КСВ тому, що це говорить в першу чергу про стабільність фінансової установи та здатність до вкладання коштів в соціальні заходи, прагнення до підвищення економічного рівня країни, налагодження системи лояльності клієнтів тощо. Зарубіжні банки, які виходять на український ринок фінансових послуг, мають вагому перевагу в порівнянні з вітчизняними – практику використання КСВ за кордоном (можливо причиною цьому є історичний аспект). Вітчизняні ж банки, прагнучи «дорости» до рівня надання послуг, підтримки іміджу зарубіжних конкурентів, намагаються копіювати поведінку останніх, які активно використовують стратегію КСВ [5]. Саме так з'являється проблема того, що оголосити себе соціально активним та відповідальним банком (банківською групою) на національному ринку сьогодні не важко. Досить лише провести декілька акцій, виступити спонсором певного дитячого заходу, і в нашій країні та країнах-сусідах дані заходи вже вважатимуться КСВ. Проте, КСВ – це набагато ширше поняття, стратегію якого набагато важче використовувати міжнародним банківським групам.

Однак важливим є розуміння використання КСВ на практиці. Практика використання КСВ –

це методи та елементи КСВ, які використовуються компаніями у своїй діяльності, включають у бізнес-план соціального розвитку підприємства та дозволяють фірмам займати конкурентні позиції на ринку, отримувати лояльність клієнтів та примножувати власний капітал. Сьогодні ви-

користання корпоративної соціальної відповідальності характерно для міжнародних банківських груп в усьому світі. Проте проведені дослідження КСВ міжнародних банківських груп показали, що в залежності від країн ступінь, риси та інструменти КСВ різні (табл. 1).

**Таблиця 1.**

**Використання елементів корпоративної соціальної відповідальності провідними міжнародними банківськими групами.**

<b>Напрямок КСВ</b>	<b>США</b>	<b>Європа</b>	<b>Країни Сходу</b>	<b>Країни СНД</b>
Захист навколишнього середовища («зелений банк» зв'язок кредитних продуктів та затрат енергії, кількості викидів)	Citigroup Inc	BNP Paribas, UniCredirBank, Italy	BOC Hong Kong Limited (Bank of China), Agricultural Bank of China, Bank of Communications, Development Bank of Japan, HSBC Group (USA), Nomura Holdings Inc, Japan	UniCredirBank, Italy
Підтримка економіки в цілому	Citigroup Inc, Bank of America	Standard Chartered PLC, GB	Development Bank of Japan, Nomura Holdings Inc, Japan	
Climate partnership	Bank of America	HSBC Holding (UK), Deutsche Bank AG	HSBC Holding (UK)	
Інноваційні продукти та сервіс		Deutsche Bank AG		
Фінансова структура		BNP Paribas	Development Bank of Japan	
Вдосконалення ризик-менеджменту, служби безпеки	Citigroup Inc		Development Bank of Japan, Nomura Holdings Inc, Japan	
Підтримка культури, мистецтва та спорту	Bank of America	Deutsche Bank AG, UniCredirBank, Italy		UniCredirBank, Italy, BNP Paribas, Альфа-Банк
Волонтерство	Bank of America		Development Bank of Japan	Група ВТБ
Благодійність	JPMorgan Chase & Company	Deutsche Bank AG, UniCredirBank, Italy	BOC Hong Kong Limited (Bank of China)	BNP Paribas, Альфа-Банк
Підтримка молодих талантів, освітні програми	Bank of America	Deutsche Bank AG	HSBC China, Nomura Holdings Inc, Japan	
Дослідження		BNP Paribas, UniCredirBank, Italy		
Тренінги для співробітників та підтримка команди, корпоративна культура	Citigroup Inc	BNP Paribas	Nomura Holdings Inc, Japan	Група ВТБ
Співробітництво (досягнення мети з фінансовою допомогою)	Bank of America	Standard Chartered PLC, GB	Nomura Holdings Inc, Japan	
Захист прав споживачів	Citigroup Inc		Nomura Holdings Inc, Japan	Група ВТБ

\*Розроблено автором на основі даних джерел [8–23].

Це пояснюється різними факторами: впливом економічного, соціального та культурного бізнес-середовища країн, менталітету, типу та характеристик ведення бізнесу в тій чи іншій країні (групі країн).

Після того як КСВ та її вплив на імідж фінансових компаній почали вимірювати показниками, даному феномену надали ще більшого значення саме в розрізі країн. Так, за показником Дуу-Джонса по стійкому розвитку лідерами є са-

ме англійські крупні компанії, щодо банківських груп, то лідерами є Westpac Banking Corp (Австралія), ABN-AMRO, Holding N.V. (Голландія) [6].

Інструменти КСВ міжнародних банківських груп в США, Європі, країнах Сходу та країнах колишнього СНД мають різне направлення, вплив на діяльність банківських груп та значення для сприйняття суспільством загалом. Тому кожна практика використання КСВ залежить від специфіки регіону. Спільним залишаються лише сталі поняття про КСВ, які зародилися з самого початку виникнення даного терміну. Саме тому, абсолютно у всіх країнах банки демонструють КСВ через захист навколишнього середовища як першочергову та історично першу проблему, на яку почали спрямовувати свою корпоративну соціальну відповідальність провідні світові фінансові компанії [8–18; 19–21; 22; 23]. Даний напрямок КСВ представлений такими методами, як проведення акцій з озеленення, використання екологічно чистої техніки, економія паперообігу, фінансування змагань на екологічно чистих видах транспорту та ін.

Також один з основних широко використовуваних напрямків КСВ є благодійність як невід’ємна частина стратегії КСВ. При чому в світі існують банки, які надають свої фінансові послуги виключно для благодійних цілей, особливо цей вид діяльності розповсюджений у Великобританії. Наприклад, такі банки, як CAF Bank, Charity Bank, Co-operative Bank, Triodos Bank пропонують поточні депозитні рахунки для благодійних неприбуткових організацій, кредитують та інвестують в організації лише з благодійним напрямком діяльності, так звані соціальні підприємства, проводять акції для сирітських будинків, надають гранди на навчання дітей з малозабезпечених сімей, тощо.

Ще одним спільним інструментом є підтримка команди, тобто співробітників шляхом проведення тренінгів, корпоративних свят тощо. Проте даний інструмент КСВ з’явився швидше за все з потреби у мотивації персоналу як елементу підвищення конкурентоспроможності компанії, а не як елемент КСВ. Однак сьогодні міжнародні банки позиціонують даний елемент саме як КСВ. Так, в Японії саме задоволення потреб працівників є основним напрямком ініціатив [3].

Розповсюдженим інструментом КСВ у світі є підтримка економіки країни, міжнародні банківські групи США, Європи, Японії та Китаю звертають особливу увагу на те, що важливим елементом діяльності будь-якої успішної фінансової компанії є її внесок у розвиток економіки. Також останніми роками набула актуальності тенденція підтримки кліматичних змін (так званий «climate partnership») та вирішення клімати-

чних проблем у світі. При чому варто відмітити, що материнські Європейські банки, виходячи на ринок країн Сходу, також позиціонують вирішення кліматичних умов як один з актуальних елементів КСВ. Проте існує чітка риса того, що, наприклад, у Франції основна частина соціальних витрат лежить на державі, і, не дивлячись на це, фінансові інституції не покладають повністю всі витрати на неї, а вкладають власні кошти у соціальні проекти та заходи [24].

Підтримка молодих талантів, освітні програми у вигляді грантів на навчання, співробітництво (також відоме як «community»), тобто досягнення певної мети з фінансовою допомогою, на сьогоднішній день є напрямками використання КСВ банківськими групами в США, Європі та країнах Сходу. Здавалося б, досить відомими інструментами КСВ є підтримка культури, мистецтва та спорту. Вони набули широкого використання у США, Європі та країнах СНГ. Однак на даному інструменті міжнародні банки, що діють на ринках країн Сходу, не зосереджують свою увагу. Тоді як захист прав споживачів став чи не найосновнішим інструментом КСВ в США, країнах Сходу та Україні і не знайшли своє відображення в політиках КСВ банків країн Європи. Така ж сама ситуація спостерігається з волонтерством, яке не знайшло своє відображення на ринках фінансових послуг європейських країн.

На відміну від загальноприйнятих напрямків КСВ сьогодні з’являється все більше специфічних, більш конкретизованих інструментів, які є характерними лише для певних фінансових ринків. В першу чергу мова йде про досить новий напрямок КСВ як інноваційні фінансові продукти та сервіс. Сам винахід нових видів продуктів не є чимось незвичайним, проте як інструмент КСВ його сьогодні позиціонують лише в Європі. До інноваційних продуктів сьогодні відносять і інтернет-банкінг, що орієнтований на забезпечення клієнтам зручності та мобільності. Проблема ризик-менеджменту підприємств та служби безпеки банків є також новаторським КСВ. Таким чином, банки США та Японії хочуть показати, що діяльність банку є надійною, що в свою чергу допомагає збільшити рівень довіри клієнтів. Американська модель КСВ характеризується інноваційністю та достатньою ризикованістю проектів, а фінансові компанії японського ринку, наприклад, орієнтуються на довгостроковий розвиток компаній. Саме тому ризик-менеджмент як концепція КСВ має тут настільки вагоме значення [25, с. 194–203]. В європейських країнах та, знову ж таки, країнах Сходу банки позиціонують стабільність у формі КСВ, що дістала назву «фінансова структура», де йде наго-

лошення на досконалість діяльності інституту. І нарешті, здавалося б досить звичним видом діяльності, проте, як показали проведені дослідження, широко розповсюдженим є інвестиції в дослідження. Дослідження як напрямки КСВ використовують міжнародні банківські групи, що діють на ринку Європи.

В Україні, як вже зазначалося, поняття КСВ є неоднозначним та не зрозумілим широкому колу споживачів. Менталітет, потреби та цінності українського споживача досить відрізняються від споживачів інших країн світу. Це саме можна сказати і про Росію та Білорусь. Вітчизняні банки також не намагаються та не ставлять як пріоритет розвиток КСВ. Саме ці проблеми і стали причиною того, що всі міжнародні банківські групи, які діють на території України та Росії, не використовують усі напрямки КСВ у своїй діяльності. Адже немає сенсу нести додаткові затрати на те, що не буде оцінено належно з боку суспільства.

Напрямки КСВ міжнародних банків на вітчизняному ринку є очевидні: захист навколишнього середовища (UniCredirBank, Італія), підтримка культури, мистецтва та спорту (UniCredirBank, Італія, BNP Paribas, Франція, Альфа-Банк), волонтерство, співробітники та підтримка споживачів (Група ВТБ), благодійність (BNP Paribas, Франція, Альфа-Банк) [12; 18; 20; 22; 23]. Проте варто зазначити, що для моделей соціальної відповідальності країн західної Європи благодійність не є настільки характерною як для інших країн через високі податки та відсутність пільг [3].

Щодо таких інноваційних інструментів КСВ, як підтримка економіки, вдосконалення ризик-менеджменту, інвестиції на певні дослідження, то про них не лише не йде мова, але й немає необхідності говорити, адже дані проблеми є неважливими для суспільства та не будуть оцінені споживачами, а отже не принесуть бажаний результат. В Україні набагато важливіше показати та висвітлити фінансову звітність, показники діяльності, нагороди за певні досягнення, а не афішувати інформацію про корпоративну соціальну відповідальність банку. В Росії лише деякі банки (АКБ «Росбанк», Тольяттинський «ФІА-Банк») починають втілювати управління КСВ та соціальну звітність. Зарубіжні банки, що діють на вітчизняних ринках банківських послуг, зовсім по-іншому позиціонують КСВ в своїй діяльності, що приносить свої результати.

**Висновки.** Корпоративна соціальна відповідальність – сучасний інструмент впливу на імідж та розвиток банківських груп. Основними новими методами впровадження КСВ на українському ринку є зниження цін на банківські продукти

для малозабезпечених та сиріт, орієнтація банку на збереження екології, фінансування національних секторів економіки для підвищення ВВП країни, удосконалення організаційної структури та ін.

Дані методи є прийнятними для використання їх на національному фінансовому ринку України. Необхідним є подача до органів статистики соціальної звітності банківських груп. Доцільним є використання інноваційних напрямків КСВ в Україні, а саме – інвестиції в дослідження, вдосконалення систем захисту інформації, вдосконалення структури.

Корпоративні соціальні ініціативи стають дійсно успішними і мають бажаний економічний ефект, лише коли дана ідея втілюється за власним вибором компанії, а не примусово чи просто сліпо слідуючи чимось прикладу. Практика діяльності іноземних банків в соціальній сфері доводить, що фінансові інститути, що діють на території України, мають впроваджувати інструменти КСВ, які б спрямовувалися на вирішення однієї проблеми, стратегічно важливої для бізнесу, а не різносторонніх проблем з бажанням охопити всі сфери життєдіяльності суспільства.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman // The New York Times Magazine. – 1970. – September 13.
2. Котлер Ф. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Ф. Котлер, Н. Ли ; [пер. с англ. С. Яринич]. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
3. Петрушенко Ю. М. Міжнародні тенденції соціалізації діяльності підприємств / Ю. М. Петрушенко, Т. І. Іванова, О. В. Дудкін // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 3. – Т. 2. – С. 268–275.
4. Хилтон С. Бизнес во благо. Делаем деньги, делая мир лучше / С. Хилтон, Д. Гиббонс ; [пер. с англ. И. Ющенко]. – М. : Добрая книга, 2003. – 384 с.
5. Дудкін О. В. Соціальна відповідальність як складова маркетингової стратегії промислового підприємства / О. В. Дудкін // Механізм регулювання економіки. – 2008. – № 4. – Т. 2. – С. 101–107.
6. Корпоративная Социальная Ответственность (CSR): популярное Понятие Менеджмента [Електронний ресурс] / CSRJOURNAL. – Режим доступу : <http://www.csrjournal.com/lib/analyticarticle/1088-korporativnaja-socialnaja-otvetstvennost-csr.html>.
7. Корпоративная социальная ответственность: кому быть лидерами в XXI веке? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/strategy/str166.html>.
8. Annual Report & CSR Report Development Bank of Japan [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dbj.jp/en/ir/financial/disclosure.html>.
9. Corporate Social Responsibility Report [Електронний ресурс] / Bank of America. – Режим доступу :



- [http://ahead.bankofamerica.com/inside-our-company/bank-of-america-releases-corporate-social-responsibility-report/?cm\\_sp=EBZ-Corp\\_SocialResponsibility-CSR\\_Report\\_-E114LT0001\\_HP-DialogZone](http://ahead.bankofamerica.com/inside-our-company/bank-of-america-releases-corporate-social-responsibility-report/?cm_sp=EBZ-Corp_SocialResponsibility-CSR_Report_-E114LT0001_HP-DialogZone).
10. Bank of Communications Investor Relations [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.bankcomm.com/BankCommSite/en/invest\\_relation\\_index.jsp?type=index](http://www.bankcomm.com/BankCommSite/en/invest_relation_index.jsp?type=index).
  11. Corporate Citizenship Citigroup Inc [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.citigroup.com/citi/citizen/approach/index.htm>.
  12. Corporate philanthropy BNP Paribas [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://mecenat.bnpparibas.com/en/home/default-EN.asp>.
  13. Corporate Responsibility HSBC Group (USA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.hsbcusa.com/corporateresponsibility>.
  14. Corporate Responsibility JPMorgan Chase & Company [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.jpmorganchase.com/corporate/Corporate-Responsibility/corporate-responsibility.htm>.
  15. Corporate social responsibility BOC Hong Kong Limited (Bank of China) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.bochk.com/web/common/multi\\_section.xml?section=about&level\\_2=corporate\\_citizenship&fldr\\_id=125](http://www.bochk.com/web/common/multi_section.xml?section=about&level_2=corporate_citizenship&fldr_id=125).
  16. CSR Nomura Holdings Inc, Japan [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nomura-holdings.com/csr/>.
  17. Corporate Social Responsibility Report Agricultural Bank of China [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.abchina.com/en/about-us/csr-report/>.
  18. Corporate social responsibility UniCreditBank [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.unicreditgroup.eu/en/search.xx?ucg\\_gsa\\_q=csr&site=uhs\\_en](http://www.unicreditgroup.eu/en/search.xx?ucg_gsa_q=csr&site=uhs_en).
  19. Social Responsibility Deutsche Bank AG [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.db.com/csr/index\\_e.htm](http://www.db.com/csr/index_e.htm).
  20. Sponsorship and Charity Alfa-Group [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.alfagroup.org/108/sponsorship.aspx>.
  21. Standard Chartered PLC Sponsorship [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.standard-chartered.com/about-us/sponsorship/en/index.html>.
  22. Соціальні інвестиції Alfa-Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.alfabank.com.ua/social/special\\_projects](http://www.alfabank.com.ua/social/special_projects).
  23. Социальный отчет Группы ВТБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vtb.ru/society/report/>.
  24. Швайба Д. Н. Социальная сфера предприятий в зарубежных странах / Д. Н. Швайба // В мире научных открытий. – 2010. – № 2–4. – С. 105–107.
  25. Волосковец Н. Ю. Порівняльний аналіз моделей корпоративного управління соціальною відповідальністю / Н. Ю. Волосковець // Економічний простір. – 2010. – № 33. – С. 194–199.

УДК 449.37

Бобырева Е. В.

## КУРОРТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ КАК ОБЪЕКТ УПРАВЛЕНИЯ

*В статті систематизовані методичні особливості управління курортними організаціями. Виявлені основні процеси та об'єкти управлінського впливу, що обумовлюють ефективність менеджменту.*

**Ключові слова:** об'єкт управління, курортна організація, господарські процеси, споживча цінність, менеджмент.

*В статье систематизированы методические особенности управления курортными организациями. Выявлены основные процессы и объекты управленческого воздействия, которые обуславливают эффективность менеджмента.*

**Ключевые слова:** объект управления, курортная организация, хозяйственные процессы, потребительская ценность, менеджмент.

*The article is about methodological specific of recreation organizations management. The main process and objects of effective recreation management are systematized.*

**Key words:** object management, tourist organization, business processes, customer value management.

**Постановка проблемы.** Актуальность методического обобщения существующих знаний о курортной организации как объекте управления обусловлена наличием ряда причин, выделяющих этот вид менеджмента из общего теоретического контекста.

Прежде всего необходимо обратить внимание на то, что курортные организации функционируют в условиях государственной монополии на рекреационные ресурсы и территории, а так-

же используют в процессе создания курортных услуг общественные блага: дороги, коммуникационные структуры, освоенную береговую линию, национальные парки и заповедники.

Рынок курортных услуг характеризуется наличием положительных и негативных экстерналий, связанных с данным видом хозяйственной деятельности. К положительным экстерналиям можно отнести повышение производительности труда, продолжительности жизни населения и ее

качества; к негативным – снижение ландшафтной привлекательности рекреационных зон, увеличение на них антропогенной нагрузки, истощение бальнеологических ресурсов. Кроме того, наличие социального курортного обслуживания, финансируемое бюджетом и другими фондами, обуславливает неэффективность конкуренции на рынке курортных услуг. А сезонность функционирования курортных организаций, связанная с колебаниями спроса на эти услуги, делает очень острой проблему обеспечения их экономической эффективности. Использование системного подхода, как нам представляется, позволит сформировать четкие представления о том, чем же является курортная организация как объект управления и серьезно продвинуться в решении данной проблемы.

**Анализ литературы.** В основе системного подхода в менеджменте лежит общая теория систем, главный вклад в развитие которой сделали такие ученые, как В. Г. Афанасьев, И. В. Блауберг, В. В. Дружинин, В. Н. Скадовский, Э. Г. Юдин, Дж. Лорш, П. Лоуренс, А. Чандлер [1–3] и многие другие исследователи. Их мнения сходятся в том, что система представляет собой абстрактный аналог (модель) реального объекта или явления, но в то же время «...она не то же самое, что объект. Система – это то, что нам нужно знать о данном объекте, чтобы решить какую-то конкретную задачу исследования, планирования и управления» [4, с. 11].

В свою очередь, научный интерес к проблемам повышения эффективности управления деятельностью предприятий индустрии гостеприимства, к которым принадлежат курортные организации, в нашей стране возрастает с момента обретения ею независимости. С одной стороны, индустрия гостеприимства, по известным причинам, является одной из наиболее динамично развивающихся сфер мировой экономики, а с другой стороны, исключительная обеспеченность Украины туристическими и рекреационными ресурсами обуславливает интенсивный поиск подходов к повышению их продуктивности в условиях рыночной экономики.

Большинство отечественных ученых сверяют свой поиск с результатами многолетних исследований и наблюдений за формированием и развитием мировой индустрии гостеприимства таких всемирно известных ученых, как Джон Р. Уокер, Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз, С. Медлик, Х. Инграм [5–7]. Их монографии и учебные пособия раскрывают социальную и экономическую сущность предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства.

Сравнимое научное значение для развития отечественной индустрии гостеприимства имеют

труды И. Т. Балабанова, В. Г. Гуляева, В. А. Квартальнова [8–10], в которых сформулированы теоретические основы организации и управления деятельностью предприятий этой сферы. Однако высокая социальная значимость хозяйственной деятельности курортных организаций обращает на себя особое внимание в вопросах повышения эффективности управления. Достижение социальных и экономических целей развития этих организаций не представляется возможным без выделения и адаптации методических основ управления ними.

**Целью** данной статьи является систематизация существующих знаний о курортной организации как объекте управления в соответствии с теорией менеджмента.

**Изложение основного материала.** Из теории менеджмента известно, что когда люди объединяют свои усилия ради достижения какой-либо цели, сразу возникает потребность в организации и координации их совместных действий. Это обуславливает необходимость рассмотреть курортную организацию в качестве объекта управленческого воздействия, т. е. с позиций управления ею.

Как объект управленческого воздействия курортную организацию можно рассматривать в качестве системы – множества закономерно связанных друг с другом элементов, подсистем и процессов, представляющих собой определенное целостное образование, единство.

Рассматривая курортную организацию как систему, необходимо помнить, что она обладает следующими свойствами:

- стремлением сохранить свою структуру;
- наличием сложной зависимости от свойств, входящих в систему элементов и подсистем;
- эмерджентностью, т. е. проявляет свойства, которые возникают только в результате взаимодействия её элементов и подсистем;
- восприимчивостью к влиянию внешнего окружения, которое, не являясь частью системы, своим воздействием может менять её поведение;
- потребностью в управлении.

Выявленная учеными восприимчивость систем к влиянию внешней среды позволяет рассматривать курортные организации в неразрывной связи с внешним миром. В управлении внешняя среда характеризуется как совокупность переменных, которые находятся за границами организации и не являются сферой непосредственного воздействия со стороны её менеджмента [11, с. 36]. Факторы, образующие внешнее окружение организации, подразделяются на две группы: прямого и косвенного воздействия.

В первой группе представлены организации и люди, которые связаны с данным предприятием в силу выполняемых ими целей и задач: поставщики, потребители, акционеры, кредиторы, конкуренты, профессиональные союзы, торговые организации, правительственные органы, общества потребителей и пр.

Во второй группе переменных внешней среды находятся факторы и условия, которые, не оказывая прямого воздействия на оперативную деятельность организации, определяют стратегически важные решения, принимаемые её менеджментом. В их составе в первую очередь выделяют такие группы факторов как политические, экономические, демографические, социально-культурные, технологические экологические, географические, климатические. Рассмотрение содержания каждой из этих групп позволяет определить силу и возможное направление их воздействия на деятельность организации.

Внутренняя среда курортной организации зависит от внешней, получая из неё все необходимое для создания и реализации курортных услуг. Внутренняя среда каждой организации формируется под воздействием переменных,

оказывающих непосредственное влияние на осуществляемые здесь процессы. В состав факторов внутренней среды курортной организации, оказывающих непосредственное влияние на её сервисную деятельность, входят цели курортной организации, задания, ресурсы, технология курортного обслуживания, персонал и структура курортной организации. В соответствии с этим в её составе имеются управляемая и управляющая подсистемы.

Управляющая подсистема курортной организации – это организационное объединение органов линейного и функционального управления деятельностью организации.

Управляемая подсистема организации – это структура хозяйственной деятельности организации, основу которой составляют объекты непосредственного управленческого воздействия.

Объект управления – это организационно-отделенный элемент, который выполняет одну из стадий процесса предоставления курортных услуг.

С учетом особенностей создания и реализации курортных услуг можно схематически изобразить взаимосвязи управляющей и управляемой подсистем в организации (рис. 1)

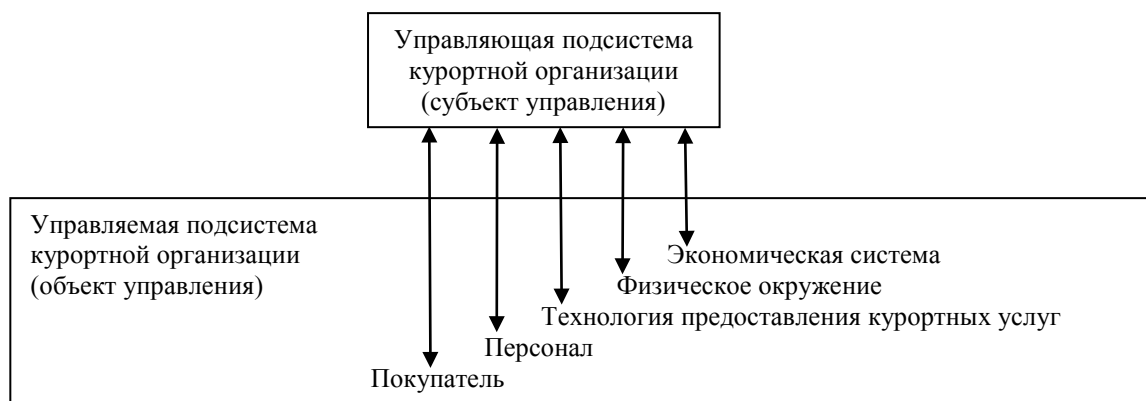


Рис. 1. Взаимосвязи управляющей и управляемой подсистем курортной организации.

Деятельность курортных организаций построена на взаимодействии четырех элементов: покупателя, сервисного служащего, технологии предоставления курортных услуг и физического окружения, которые для менеджмента являются основными объектами управленческого воздействия.

Покупатель – это самый важный элемент процесса курортного обслуживания, так как окончательной целью этого процесса является удовлетворение его рекреационных потребностей. Необходимо учитывать, что покупатель, в большинстве случаев, лично наблюдает за процедурой обслуживания и непосредственно судит о её качестве. Поэтому санаторно-курортное обслуживание отдыхающих должно быть спроектировано с максимальной заботой об их безопасности, комфорте и положительном самочувствии.

Если отдыхающие задействованы в процессе предоставления услуг, следует позаботиться об исправности инвентаря и оборудования, которые они используют, о достаточном его количестве, а также о наличии четких инструкций, правил поведения, указательных и предупредительных знаков. В основе требований покупателя к курортной организации лежит принцип справедливости – одинаковая степень вежливости и качества обслуживания для любого клиента.

Сервисный служащий – это второй неотъемлемый элемент процесса курортного обслуживания. Он является лицом курортной организации и его слова, действия воспринимаются отдыхающими как реализация её политики. Одновременно предполагается, что персонал курортной организации должен действовать от имени покупателя и в его интересах, потому что он

вверил себя и свое имущество его попечению. Это двойственное положение очень часто становится причиной стресса для сервисного служащего. Поэтому менеджерам для обеспечения стабильного качества курортного обслуживания необходимо проводить тщательный отбор подходящих для этой работы людей, проверку их компетентности и рекомендаций, предоставление им соответствующего обучения и обеспечение их четкими инструкциями.

Технология предоставления курортных услуг состоит из средств обслуживания, оборудования, определенных правил, предписаний и организационной культуры. Многие курортные организации предполагают, что эффективные и квалифицированные действия, отвечающие технологии курортного обслуживания, автоматически гарантируют удовлетворение рекреационных потребностей покупателей. К примеру, администрация пансионата может предполагать, что утверждение внутреннего распорядка позволяет повысить качество обслуживания отдыхающих, которые, на самом деле, предпочитают иметь больше свободы, а не ходить строем в столовую. И на практике выигрывает та организация, которая разрабатывает технологию предоставления курортных услуг, опираясь прежде всего на требования покупателей. Менеджмент также должен помнить, что процедура предоставления основной услуги, обеспечивающей конкурентное преимущество, должна быть безупречной.

Физическое окружение (обстановка обслуживания) представляет собой все осязаемые аспекты покупательского познания услуги или курортной организации. Чем дольше покупатель находится на месте предоставления услуг, тем большую важность приобретает обстановка обслуживания – размер пляжа и территории, ландшафтный дизайн, внутреннее убранство номеров и т. п. Кроме того, персонал также испытывает на себе воздействие обстановки обслуживания. Поэтому задачей управленческого персонала является постоянная забота об улучшении физического окружения процесса курортного обслуживания.

Адекватное управленческое воздействие на указанные объекты в рамках курортной организации обеспечивает ей достижение желаемого уровня рентабельности и конкурентоспособности.

В движение общую совокупность элементов, составляющих курортную организацию, приводят хозяйственные процессы.

Процесс – это определенная совокупность действий, направленных на преобразование ресурсов в результаты (в нашем случае – курортные услуги).

Все процессы, протекающие в курортной организации, исходя из свойств, задействованных в них элементов, можно разделить на две группы: информационные и материально-вещественные. В курортной организации преобладают материально-вещественные процессы.

В управленческой деятельности большое значение имеет классификация процессов с точки зрения создания новых ценностей. С этой позиции все процессы, протекающие в курортной организации, делятся на три группы:

- первичные, или основные, включающие все виды работ, непосредственно связанные с курортным обслуживанием покупателей и обеспечивающие жизнедеятельность организации;
- вторичные, или обеспечивающие, задачей которых является поддержание основных процессов с позиций их непрерывности и экономичности;
- управленческие (инфраструктурные), включающие работы по установлению целей и направлений первых двух групп процессов; они формируют условия и используют факторы, необходимые для достижения целей курортной организации.

Взаимосвязь указанных процессов обеспечивает курортной организации получение прибыли, что наглядно представляет модель, предложенная М. Портером и названная им «цепочка ценностей» (*value chain*). На рис. 2 данная модель адаптирована в соответствии с особенностями ведения хозяйственной деятельности в курортных организациях.

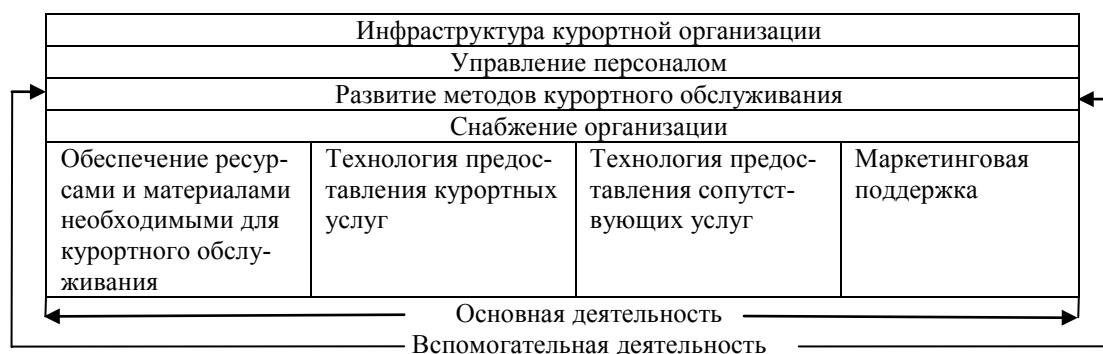


Рис. 2. Цепочка создания ценностей курортной организации [12, с. 60].

Более детальный состав основных процессов, которые связаны с созданием и реализацией курортных услуг, выглядит следующим образом:

- внутренняя логистика – получение, хранение, распределение необходимых для осуществления сервисной деятельности ресурсов, контроль и управление запасами;
- предоставление курортных услуг – хозяйственные операции по созданию курортных услуг и обслуживанию клиентов;
- предоставление сопутствующих услуг – хозяйственные операции по созданию дополнительных услуг, обеспечивающих повышение уровня потребительской удовлетворенности и приверженности;
- маркетинговая поддержка – сохранение или повышение потребительской ценности курортных услуг, включая маркетинговые операции по изучению потребительских предпочтений, ценообразованию, стимулированию сбыта.

Обеспечивающие процессы связаны с закупкой сырья, получением необходимых лицензий, развитием методов курортного обслуживания и управлением человеческими ресурсами; их состав представлен следующими видами работ:

- снабжение – приобретение всех видов ресурсов, включая покупку сырья, оборудования, зданий, территорий, консультационных и бухгалтерских услуг;
- развитие методов курортного обслуживания – включает научные исследования и разработки в данной сфере, распространение нововведений внутри организации, совершенствование учетной и информационной систем, сервисных процессов, складского хозяйства и др.;
- управление персоналом – включает набор, расстановку, подготовку и переподготовку кадров, установление систем оплаты труда и премирования.

Наиболее важные компоненты управляющей и управляемой подсистем схематично представлены на рис. 3.



Рис. 3. Курортная организация как система.

Управленческие процессы необходимы для осуществления общего администрирования, планирования, финансирования, бухгалтерского учета, правовой поддержки, связей с общественностью и государственными учреждениями. Чтобы получить прибыль курортной организации необходимо постоянно осуществлять контроль издержек и ценностей, создаваемых в каждом звене цепочки, и корректировать процессы в направлении повышения их эффективности. Эти задачи выполняют процессы управления, результатом которых является принятие реше-

ний о действиях, которые должны выполняться в организации.

Таким образом, курортная организация как объект управления представляет систему, элементы которой взаимодействуют в рамках основных, обеспечивающих и управленческих процессов для того, чтобы создавать и реализовывать курортные услуги, востребованные населением. Функционирование курортной организации также предусматривает разработку новых и усовершенствование существующих услуг в пределах её маркетинговых, финансовых и люд-

ских ресурсов. Сложность и разнообразие форм курортного обслуживания обуславливает необходимость выделения общих элементов, процессов и подсистем, характерных для всех курортных организаций, для увеличения скорости и эффективности решения управленческих задач в этой сфере хозяйствования.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Гуияр Ф. Ж. Преобразование организации : учебное пособие / Ф. Ж. Гуияр, Дж. Н. Келли ; [пер. с англ.]. – М. : Дело, 2000. – 287 с.
2. Управление организацией : учебник / под ред. З. П. Румянцевой, Н. А. Соломатина. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 680 с.
3. Виханский О. С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс : учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – М. : Гардарика, 1996. – 346 с.
4. Берг А. И. Информация и управление : монография / А. И. Берг. – М. : Экономика, 1966. – 286 с.
5. Уокер Дж. Р. Управление гостеприимством. Вводный курс : учебное пособие / Джон Р. Уокер ; [пер. с англ.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 780 с.
6. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз ; [пер. с англ.] ; под ред. Р. Б. Ноздревой. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 787 с.
7. Медлик С. Гостиничный бизнес : учебник для вузов / С. Медлик, Х. Инграм ; [пер. с англ.] ; под ред. Р. Б. Ноздревой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 654 с.
8. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учебное пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанова. – К. : Альтер-пресс, 2001. – 380 с.
9. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности : учебное пособие / В. Г. Гуляев. – М. : Нолдиз, 1996. – 186 с.
10. Квартальнов В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 540 с.
11. Управление организацией : учебник / под ред. А. Г. Поршнева. – [3-е изд., перераб и доп.]. – М. : ИНФРА-М, 2003. – 782 с.
12. Портер М. Международная конкуренция : монография / М. Портер ; [пер. с англ.]. – М. : Международные отношения ; «Интел Синтез», 1998. – 680 с.

УДК 339.972

Чертков С. І.

## РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА ЄС: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СУЧАСНИЙ СТАН

*У статті визначено основні етапи та особливості розвитку регіональної політики ЄС, надано характеристику сучасного стану та стратегічних пріоритетів розвитку регіональної політики ЄС на 2014–2020 рр.*

**Ключові слова:** регіональна політика, ЄС, система NUTS, цілі регіональної політики, структурні фонди ЄС, етапи розвитку регіональної політики, асигнування.

*В статье определены основные этапы и особенности развития региональной политики ЕС, охарактеризовано современное состояние и стратегические приоритеты развития региональной политики ЕС на 2014–2020 гг.*

**Ключевые слова:** региональная политика, ЕС, система NUTS, цели региональной политики, структурные фонды ЕС, этапы развития региональной политики, ассигнования.

*The article identifies the key stages and features of the EU regional policy, describes the current situation and strategic priorities of the EU regional policy development for 2014–2020 years.*

**Key words:** regional policy, EU, system of NUTS, goals of regional policy, structural funds of EU, stages of a regional policy development, allocation.

**Постановка проблеми.** Досвід та особливості розвитку багатьох країн світу об'єктивно доводить, що регіональна політика має критично важливе значення для забезпечення економічного зростання та не втрачає своєї актуальності в умовах активізації глобалізаційних процесів. Регіональні контрасти визначаються чинником, що протидіє сталому розвитку, саме тому регіональна політика стає об'єктом державного управління.

**Аналіз літератури.** Найбільший науковий та практичний інтерес представляє регіональна політика Європейського Союзу (ЄС), оскільки

політика саме даного інтеграційного об'єднання визначила контури нової парадигми регіонального розвитку, має тривалу історію та засвідчила свою ефективність. Однак досвід ЄС щодо регіонального управління та розвитку досить фрагментарно представлений у роботах представників вітчизняної науки [1–7], що не дозволяє сформулювати чітке уявлення про особливості та найбільш перспективні напрями регіональної політики ЄС, а отже розробити рекомендації щодо впровадження передових ідей, механізмів та інструментів європейської регіональної політики в Україні.

**Мета** даної роботи зводиться до аналізу еволюції та визначення сучасного стану регіональної політики ЄС.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасна регіональна політика ЄС спрямована на посилення економічної, соціальної та територіальної згуртованості шляхом скорочення розриву у розвитку між регіонами ЄС, збереження їх конкурентних переваг, розкриття та розвитку господарського потенціалу проблемних територій. Такі настанови наднаціональної політики XXI ст. були сформовані в результаті значних трансформацій, які здійснювалися на протязі усієї історії існування ЄС.

Ключове місце у наднаціональній регіональній політиці ЄС займає Номенклатура територіальних одиниць для статистичного обліку – NUTS (Nomenclature of territorial units for statistics) [8–11], яка отримала формальний статус у ЄС у 2003 році та визначила адміністративно-територіальний поділ (АТП) даного інтеграційного блоку.

Запроваджена у межах ЄС система NUTS передбачає виділення у рамках даного інтеграційного об'єднання трьох основних рівнів регіонів: NUTS 1 – найвищий ієрархічний рівень АТП ЄС – основні соціально-економічні регіони ЄС; NUTS 2 – другий ієрархічний рівень АТП ЄС, який включає менші адміністративно-територіальні утворення у межах NUTS 1; NUTS 3 – третій ієрархічний рівень АТП ЄС, який включає окремі територіальні утворення у межах NUTS 2.

Слід зазначити, що система NUTS передбачає також можливість виділення у межах NUTS 3 значно менших за розміром адміністративно-територіальних одиниць – локальних адміністративно-територіальних одиниць (NUTS 4 та NUTS 5).

Для визначення ієрархічних рівнів регіонів у межах системи NUTS ЄС використовуються три основні принципи:

1 принцип – визначення NUTS з огляду на чисельність населення (порогові значення кількості населення) (табл. 1);

2 принцип – визначення NUTS на основі адміністративно-територіального поділу, що застосовується в країнах-членах ЄС;

3 принцип – визначення NUTS на основі схожості певних параметрів, які визначаються залежно від мети управління та оцінки.

Таблиця 1.

Класифікація регіонів NUTS за чисельністю населення, [10]; [12–13].

Ієрархічні рівні NUTS	Мінімальна чисельність населення	Максимальна чисельність населення
NUTS 1	3 млн.	7 млн.
NUTS 2	800 тис.	3 млн.
NUTS 3	150 тис.	800 тис.

За період 2003–2007 рр. АТП ЄС декілька разів зазнавав корегування [12], що було пов'язано із особливостями розвитку визначених регіонів та розширенням самого ЄС (табл. 2).

Таблиця 2.

Зміни у АТП ЄС [12].

Нормативний документ	NUTS 1	NUTS 2	NUTS 3
Regulation (EC) No 1059/2003 of the European Parliament and of the Council	89	254	1214
Commission Regulation (EC) 105/2007	96	271	1303
Commission Regulation (EU) No 31/2011 (діє з 1 січня 2012 р. до 31 грудня 2014 р.)	97	270	1294

Регіональна політика ЄС реалізується через спеціальні стратегії та програми регіонального розвитку, які узгоджуються із загальними стратегіями розвитку ЄС, мають строковий (розраховані на певний період), адресний (спрямовані на певні регіони NUTS) та цільовий характер (передбачають досягнення конкретних цілей).

У своєму розвитку наднаціональна регіональна політика ЄС пройшла п'ять етапів.

Перший етап становлення та розвитку наднаціональної регіональної політики припадає на кінець 50-х – початок 60-х років та пов'язаний із підписанням Римської угоди про утворення Європейського співтовариства та створенням Генеральної дирекції з регіональної політики.

Характерною рисою даного етапу є лише декларативний характер регіональної політики, відсутність інституційних умов та механізмів її реалізації.

На другому етапі (70–80-ті роки XX століття) регіональна політика ЄС характеризувалася наступними особливостями [8–12]:

- реалізовувалася через Європейський фонд регіонального розвитку;
- мала короткостроковий характер (у межах 3-річних планів діяльності Європейського фонду регіонального розвитку);
- підпорядковувалася переважно логіці реалізації регіональних програм розвитку країн-членів ЄС;
- була спрямована на зменшення розриву між регіонами ЄС шляхом вирішення трьох основних задач: 1) підтримки малих підприємств, які створювали не менше 10 робочих місць; 2) розвитку інфраструктури, яка пов'язана із діяльністю малих підприємств; 3) розвитку інфраструктури гірських районів із сільськогосподарською спеціалізацією;
- була спрямована лише на депресивні регіони.

На цьому етапі розвитку регіональної політики ЄС було визначено основні її контури, завдання та механізми реалізації, апробовано деякі механізми стимулювання економічної діяльності.

На третьому етапі розвитку регіональної політики ЄС (90-ті рр. XX століття) відбулися суттєві зміни, які полягали у наступному [8–12]:

- політика набула наднаціонального характеру (головні механізми узгоджувалися із країнами-членами, але не підпорядковувалися лише логіці реалізації їх національних політик у цій сфері);
- збільшився часовий обрій реалізації регіональних програм розвитку;
- спостерігалось нарощування бюджету регіональних програм розвитку – фінансування регіональної політики збільшилося більше ніж у 30 разів, витрати на фінансування регіональних проектів досягли 30% бюджету ЄС; було уточнено цілі та задачі політики та підвищена прозорість механізмів її реалізації – змінилися підходи до визначення цільових ареалів реалізації програм;
- збільшилась кількість цілей регіональної політики до шести, серед них такі: 1) сприяння розвитку та корекція структури регіонів, що відстають у розвитку; 2) конверсія регіонів, прикордонних районів або частин регіон, які суттєво постраждали від спаду промисловості; 3) боротьба із безробіттям, створення умов для забезпечення зайнятості молоді, забезпечення рівних можливостей зайнятості чоловіків та жінок; 4) створення сприятливих умов для адаптації робітників до галузевих змін та змін у виробничих системах; 5) сприяння сільському розвитку: а) шляхом прискорення перебудови структури сільськогосподарського виробництва та забезпечення модернізації та структурних змін у рибній промисловості; б) шляхом сприяння розвитку та корегування структури сільських регіонів; 6) шляхом розвитку та перебудови регіонів із дуже низькою щільністю населення; слід зазначити, що структурні фонди сконцентрували свої зусилля на вирішенні чотирьох основних проблем (цілі 1, 2, 5б, 6), на які припадало 85% бюджету програм;
- розширилася мережа спеціальних фондів реалізації регіональної політики до чотирьох, але основну роль продовжували відігравати Європейський фонд регіонального розвитку та Європейський соціальний фонд;
- збільшилась кількість спеціальних ініціатив щодо регіонального розвитку ЄС: «ENVIREG» (повторне використання прісної води у середземноморських регіонах), «REGIS» (диверсифікація економіки на віддалених островах

країн ЄС), «EURFORM» (заохочення співробітництва між структурно слабкими територіями у сфері професійної освіти), «PRISMA» (забезпечення регіонам можливостей підключення до єдиного ринку державних замовлень), «TELEMATIGUE» (упровадження принципово нової системи телекомунікацій у депресивних регіонах), «LEADER» (стимулювання галузевої диверсифікації сільських районів), «INTERREG» (перепрофілювання галузевих структур прикордонних територій у міру створення єдиного внутрішнього ринку), «URBAN» (соціально-економічне оздоровлення міст та прилеглих територій) та ін.

На четвертому етапі розвитку (2000–2006 рр.) регіональна політика ЄС характеризувалася наступними особливостями [8–12]:

- відбулося нарощування бюджету програм регіонального розвитку (бюджет програм – 201,4 млрд. євро (у цінах 2003 року));
- змінилися строки реалізації регіональних програм розвитку – запроваджено 7-річні програми;
- відбулося зменшення кількості цілей регіональної політики до чотирьох основних: 1) зменшення диспропорцій у розвитку між регіонами; 2) конверсія регіонів, прикордонних районів або частин регіон, які суттєво постраждали від спаду промисловості; 3) підтримка перенавчання та зайнятості; 4) розвиток сільських регіонів та забезпечення модернізації та структурних змін у рибній промисловості;
- змінилися пріоритети фінансування окремих цілей: на ціль 1 – 70% бюджету; ціль 2 – 11,6%, ціль 3 – 12,4%; ціль 4 – 0,6%; слід зазначити, що на цьому етапі Європейська комісія виділила додаткові кошти на всі програми регіонального розвитку, які ефективно діяли у регіоні, для їх адаптації до найбільшого в історії ЄС розширення – 5,4% бюджету програм;
- відбулася корекція критеріїв залучення регіонів до ініціатив в межах програм розвитку;
- зменшилась кількість спеціальних ініціатив у межах програм регіонального розвитку до 4: «INTERREG II» (А – трансграничне співробітництво, В – транснаціональне співробітництво, С – міжрегіональне співробітництво), «URBAN II», «EQUAL», «LEADER+»;
- змінилась кількість (збільшилась до 6) спеціальних фондів, які здійснюють фінансування програм регіонального розвитку; основними фондами, через які здійснюється фінансування програм регіонального розвитку, виступали Європейський фонд регіонального розвитку (ERDF), Європейський соціальний фонд (ESF) та Фонд згуртованості (Cohesion Fund);



- змінилися принципи реалізації регіональної політики ЄС за рахунок обґрунтування доцільності реалізації принципів взаємодоповнюваності, узгодженості, координації, відповідності та додатковості.

П'ятий (сучасний) етап розвитку регіональної політики (2007–2013 рр.) визначається наступними особливостями [1; 7; 9–17]:

- відбулося нарощування бюджету програми регіонального розвитку (бюджет програми – 347410 млрд. євро (у цінах 2007 року) або 308041 (у цінах 2004 року), що становить приблизно 35,7% бюджету ЄС на 2007–2013 рр.) (табл. 3);
- відбулося зменшення кількості цілей регіональної політики до трьох основних: 1) скорочення розриву між регіонами («Конвергенція»); 2) підвищення рівня регіональної конкурентоспроможності та зайнятості («Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»); 3) розвиток європейського територіального співробітництва («Європейське територіальне співробітництво»);
- означено нові пріоритети фінансування окремих цілей програми; так, обсяг фінансування заходів, спрямованих на досягнення першої

цілі поточної програми регіонального розвитку, становить 282,8 млрд. євро або 81,5% бюджету програми, другої цілі – 55 млрд. євро або 16% бюджету програми, третьої цілі – 8,7 млрд. євро або 2,5% бюджету програми (трансгранична кооперація – 1,8%, транснаціональна кооперація – 0,5%, міжрегіональна – 0,1%, програма «PEACE» – 0,1%);

- відбулася корекція критеріїв залучення регіонів до ініціатив в межах програми розвитку (табл. 4);
- змінилися правила фінансування операційних програм; Європейська комісія (ЄК) встановила правило «Одна програма = Один фонд», однак ERDF / ESF може здійснювати спільне фінансування проєктів, використовувати кошти інших фондів (обмежений перелік напрямків діяльності) – у межах 10% асигнувань, виділених у межах ключових пріоритетів кожної ініціативи; окрім цього, ЄК визначила, що розподіл загальної суми асигнувань здійснюється у три кроки: попереднє фінансування (не збільшує загальні пропорції внесків фондів у фінансування регіональних ініціатив), проміжне фінансування, залишкове фінансування (табл. 5).

Таблиця 3.

Розподіл обсягів асигнувань по роках, млн. євро (у цінах 2004 року) [10].

Обсяг асигнувань	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.
	42863	43318	43862	43860	44073	44723	45342

Таблиця 4.

Трансформація критеріїв залучення регіонів до ініціатив у межах програм регіонального розвитку [10].

2000–2006 рр.	2007–2013 рр.
<b>Регіони, які підпадають під дію цілі «Конвергенція»</b>	
Регіони NUTS 2, ВВП яких становить менше, ніж 75% від аналогічного показника в середньому по ЄС-15. Регіони та ареали, які протягом 1994–1999 рр. приймали участь у регіональних ініціативах, але у 2000–2006 рр. не підпадають більше під ціль «Конвергенція» ( <i>Phasing-out</i> )	Не змінилися Звуження підтримки транзитивних регіонів, які підпадали під ціль «Конвергенція», якщо їх ВВП залишився на рівні 75% від середнього значення аналогічного показника по ЄС-15
Країни-члени Фонду згуртованості, ВНД на душу населення яких становить менше, ніж 90% від аналогічного показника в середньому по ЄС-15	Не змінилися Звуження підтримки транзитивних регіонів, які є членами Фонду згуртованості та які підпадають під його цілі, якщо їх ВНД залишився на рівні 90% від значення аналогічного показника в середньому по ЄС-15, але не ЄС-25
<b>Регіони, які підпадають під дію цілі «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»</b>	
Промислові, сільські та міські території або рибачькі райони, які відповідають певним критеріям (підпадають під дію цілі «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»). Межа підвищення ЄС-15 – 18%.	Усі регіони, які не підпадають під ціль «Конвергенція» або під транзитивний режим (регіони NUTS 1 та NUTS 2)
Усі регіони, які не підпадають під ціль «Конвергенція»	
Транзитивні регіони, які раніше підпадали під дію цілі «Конвергенція» ( <i>Phasing-out</i> )	Транзитивні регіони рівня NUTS 2, які підпадали під ціль «Конвергенція», але значення ВВП яких становить більше, ніж 75% від аналогічного показника в середньому по ЄС-15 ( <i>Phasing-in</i> )
<b>Регіони, які підпадають під дію цілі «Європейське територіальне співробітництво»</b>	
–	Усі регіони ЄС

Таблиця 5.

Попередні фінансування, % [10].

Показники	2007 р.	2008 р.	2009 р.	Усього
<i>Структурні фонди</i>				
ЄС-15	2	3		5
ЄС-10 + Болгарія + Румунія	2	3	2	7
<i>Фонд згуртованості</i>				
ЄС-15	2	3	2,5	7,5
ЄС-10 + Болгарія + Румунія	2,5	4	4	10,5

Обсяги співфінансування варіюються в залежності від регіональних ініціатив – регіональних цілей розвитку. ЄК встановила наступні максимальні обсяги співфінансування регіональних ініціатив: ціль 1 «Конвергенція» – 75–85%; ціль

2 «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість» – 50–85%, ціль 3 «Європейське територіальне співробітництво» – 75–85%, Фонд згуртованості – 85% (табл. 6).

Таблиця 6.

Обсяги співфінансування програм регіонального розвитку [10; 12].

№ п/п	Критерії	Регіони, що задовольняють цим критеріям	ERDF / ESF, % від доступних коштів	Cohesion Fund, % від доступних коштів
1.	Країни-члени, ВВП на душу населення у яких протягом 2001–2003 рр. був нижче за аналогічний показник ЄС-25	Болгарія, Чеська Республіка, Естонія, Греція, Кіпр, Латвія, Литва, Угорщина, Мальта, Польща, Португалія, Румунія, Словенія, Словаччина	85% на цілі «Конвергенція» та «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»	85%
2.	Країни-члени, які не підпадають під транзитивний режим на основі рішення Фонду згуртованості від 1 січня 2007 року	Іспанія	80% на ціль «Конвергенція» та «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість» (транзитивні регіони з режимом <i>Phasing-in</i> ) 50% на ціль «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»	85%
3.	Країни-члени, крім тих, що визначені у пунктах 1 та 2	Бельгія, Данія, Німеччина, Франція, Ірландія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Австрія, Фінляндія, Швеція та Великобританія	75% на ціль «Конвергенція»	–
4.	Країни-члени, крім тих, що визначені у пунктах 1 та 2	Бельгія, Данія, Німеччина, Франція, Ірландія, Італія, Люксембург, Нідерланди, Австрія, Фінляндія, Швеція та Великобританія	50% на ціль «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»	–
5.	Віддалені регіони, визначені в статті 299(2) договору про заснування ЄС (країни, в яких не діє Фонд згуртованості)	Іспанія, Франція і Португалія	50% на цілі регіонального розвитку	–
6.	Віддалені регіони, визначені в статті 299(2) договору про заснування ЄС (країни, в яких не діє Фонд згуртованості)	Іспанія, Франція і Португалія	85% на цілі «Конвергенція» та «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»	–

Усього протягом 2007–2013 рр. на реалізацію цілей регіонального розвитку ЄС із структурних фондів ERDF / ESF передбачено виділення близько 80% всіх запланованих асигнувань у межах програми, на Фонд згуртованості – 20% (табл. 7). Найбільші обсяги асигнувань було

спрямовано у Польщу – 19,37% загального бюджету регіональної політики ЄС, Іспанію – 10,1%, Італію – 8,29%, Чехію – 7,68%, Німеччину – 7,58%, Португалію – 6,19% та Грецію – 5,88% (табл. 8).

На протязі цього періоду було суттєво доповнено принципи регіональної політики ЄС за ра-

хунок включення принципів пропорційності, рівності між чоловіками та жінками та недискри-

мінації, забезпечення сталого розвитку та зосередження на цілях Лісабонської стратегії.

Таблиця 7.

Фінансування програми регіонального розвитку ЄС на 2007–2013 рр. [10].

Ціль програми	Обсяги фінансування, млрд. євро			Обсяги фінансування, %		
	ERDF / ESF	Cohesion Fund	Усього	ERDF/ ESF	Cohesion Fund	Усього
Ціль 1 «Конвергенція»	213,3	69,5	282,8	75,4	24,6	81,5
Ціль 2 «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»	55	–	55	100	–	16
Ціль 3 «Європейське територіальне співробітництво»	8,7	–	8,7	100	–	2,5
Усього	277	69,5	346,5	80	20	100

Таблиця 8.

Географічна структура фінансування програми регіонального розвитку ЄС на 2007–2013 рр. [10; 12].

Країна	Фінансування цілей регіональної програми розвитку, млн. євро							
	Cohesion Fund	Ціль 1		Ціль 2		Ціль 3	Усього	
		ERDF/ ESF				Режим 5	млн. євро	%
		Режим 1	Режим 2	Режим 3	Режим 4			
Бельгія	–	–	638	–	1425	194	2258	0,65
Болгарія	2283	4391	–	–	–	179	6853	1,97
Чехія	8819	17064	–	–	419	389	26692	7,68
Данія	–	–	–	–	510	103	613	0,18
Німеччина	–	11864	4215	–	9409	851	26340	7,58
Естонія	1152	2252	–	–	–	52	3456	0,99
Ірландія	–	–	–	458	293	151	901	0,26
Греція	3697	9420	6458	635	–	210	20420	5,88
Іспанія	3543	21054	1583	4955	3522	559	35217	10,14
Франція	–	3191	–	–	10257	872	14319	4,12
Італія	–	21211	430	972	5353	846	28812	8,29
Кіпр	213	–	–	399	–	28	640	0,18
Латвія	1540	2991	–	–	–	90	4620	1,33
Литва	2305	4470	–	–	–	109	6885	1,98
Люксембург	–	–	–	–	50	15	65	0,02
Угорщина	8642	14248	–	2031	–	386	25307	7,28
Мальта	284	556	–	–	–	15	855	0,25
Нідерланди	–	–	–	–	1660	247	1907	0,55
Австрія	–	–	177	–	1027	257	1461	0,42
Польща	22176	44377	–	–	–	731	67284	19,37
Португалія	3060	17133	280	448	490	99	21511	6,19
Румунія	6552	12661	–	–	–	455	19668	5,66
Словенія	1412	2689	–	–	–	104	4205	1,21
Словаччина	3899	7013	–	–	449	227	11588	3,34
Фінляндія	–	–	–	545	1051	120	1716	0,49
Швеція	–	–	–	–	1626	265	1891	0,54
Великобританія	–	2738	174	965	6014	722	10613	3,05
Міжрегіональне/ мережеве співробітництво	–	–	–	–	–	445	445	0,13
Технічна допомога	–	–	–	–	–	–	868	0,25
Усього	69578	199322	13955	11409	43556	8723	347410	100

Примітка: див. табл. 4: режим 1 – регіони, які підпадають під дію цілі «Конвергенція», режим 2 – транзитивні регіони *Phasing-out*, режим 3 – транзитивні регіони *Phasing-in*, режим 4 – регіони, які підпадають під дію цілі «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість», режим 5 – регіони, які підпадають під дію цілі «Європейське територіальне співробітництво».

Наступна програма регіонального розвитку (2014–2020 рр.), яка вже сформована, досить

суттєво відрізняється від поточної програми, що обумовлено існуючими проблемами розвитку

ЄС та прийняттям стратегії «Європа 2020». Так, програма регіонального розвитку на 2014–2020 рр., бюджет якої становитиме 376 млрд. євро, містить наступні відмінності:

- 1) кількість цілей – передбачено реалізацію двох основних цілей, які об’єднали в собі три цілі попередньої програми (2007–2013) [8–12]:
  - інвестування у зростання та зайнятість (об’єднує цілі «Конвергенція» та «Регіональна конкурентоспроможність та зайнятість»);
  - розвиток європейського територіального

співробітництва («Європейське територіальне співробітництво»);

- 2) підходи до визначення регіонів та їх фінансування – у межах програми регіонального розвитку транзитивні регіони (*phasing-in, phasing-out*) виділено у окрему цільову групу, щодо якої встановлено спеціальні умови фінансування (табл. 9);
- 3) пріоритети розподілу фінансових коштів (табл. 10).

Таблиця 9.

Трансформація критеріїв визначення цільових груп регіонів у межах програми регіонального розвитку ЄС на 2014–2020 рр. [12; 14–16].

<b>Критерії віднесення до групи «Найменш розвинені регіони»</b>	
<b>2007–2013 рр.</b>	<b>2014–2020 рр.</b>
Регіони NUTS 2, ВВП на душу населення яких менше ніж 75% від середнього значення по ЄС	Не змінилася
Транзитивні регіони, щодо яких реалізується ціль, віднесені до цілі «Конвергенція», якщо їх ВВП знаходиться на рівні 75% від середнього значення аналогічного показника по ЄС-15 (але не по ЄС-25)	Окрема категорія транзитивних регіонів
Фонд згуртованості: країни-члени, ВНД на душу населення яких менше за 90% від середнього значення аналогічного показника ЄС-27	Не змінилася
Транзитивні регіони, які мали право на фінансування з Фонду згуртованості, за умови, якщо їх ВНД залишався на рівні 90% від середнього значення аналогічного показника у ЄС-15 (але не по ЄС-27)	Транзитивні регіони, які фінансувалися з Фонду згуртованості у 2013 році, але ВНД на душу населення яких перевищує 90% від значення аналогічного показника в середньому по ЄС-27
<b>Критерії віднесення до групи «Транзитивні регіони»</b>	
Транзитивні регіони NUTS 2, які підпадають під критерії цілі «Конвергенція», якщо їх ВВП становить 75% від середнього значення аналогічного показника по країнах ЄС-15, але не по ЄС-25 ( <i>Phasing-out</i> )	Регіони NUTS 2, ВВП на душу населення яких варіюється у межах 75–90% від значення аналогічного показника в середньому по країнах ЄС-27, щодо яких реалізовувалися заходи в межах цілі «Конвергенція» у 2007–2013 рр.
Транзитивні регіони NUTS 2, які підпадали під критерії цілі «Конвергенція» в 2000–2006 рр., чий ВВП перевищує 75% поріг аналогічного показника по ЄС-15 ( <i>RCE Phasing-in</i> )	
<b>Критерії віднесення до групи «Більш розвинені регіони»</b>	
Усі регіони NUTS 2, які не підпадають під категорію регіонів, щодо яких застосовують ціль «Конвергенція» та категорію транзитивні регіони ( <i>Phasing-out</i> )	Регіони NUTS 2, ВВП на душу населення яких вище за 90% значення аналогічного показника в середньому по країнах ЄС-27, щодо яких реалізовувалися заходи у межах цілі «Конвергенція» у 2007–2013 рр.
Транзитивні регіони NUTS 2, які підпадали під ціль «Конвергенція» у 2000–2006 році, але ВВП яких перевищує 75%-ний поріг від аналогічного показника в середньому по країнах ЄС-15	

Таблиця 10.

Структура розподілу асигнувань у межах регіональної програми розвитку ЄС на 2014–2020 рр. [12; 14–16].

<b>Регіони</b>	<b>млрд. євро</b>
Найменш розвинені регіони	162,6
Транзитивні регіони	38,9
Більш розвинені регіони	53,1
Територіальне співробітництво	11,7
Фонд згуртованості	68,7
Додаткові асигнування для віддалених та малонаселених регіонів	0,926
Європейський об’єднаний фонд розвитку транспорту,	40 млрд. євро (включаючи 10 млрд. євро

енергетики та інформаційно-комукаційних технологій	з Фонду згуртованості)
Європейський соціальний фонд	Щонайменше 84 млрд. євро

**Висновки.** Таким чином, реалізація регіональної політики має важливе значення для розвитку ЄС, про що свідчить зростання частки витрат на її здійснення у загальному бюджеті ЄС; у основу регіональної політики ЄС закладено генеральну мету, вона спрямована на посилення економічної, соціальної та територіальної згуртованості шляхом скорочення розриву у розвитку між регіонами ЄС, збереження їх конкурентних переваг та розкриття господарського потенціалу проблемних територій. Інструменти та механізми регіональної політики ЄС змінюються залежно від особливостей загальної стратегії розвитку ЄС.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бабаєв В. М. Сучасні політичні практики країн Європи: досвід для формування регіональної політики в Україні [Електронний ресурс] / В. М. Бабаєв. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/Debu/2006-1/doc/5/01.pdf>.
2. Бабець І. Г. Принципи формування регіональної політики співробітництва країн ЄС: досвід для України [Електронний ресурс] / І. Г. Бабець. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/dtr/du/2009\\_2/files/DU209\\_04.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/dtr/du/2009_2/files/DU209_04.pdf).
3. Бабінова О. О. Регіоналізація країн західної Європи: досвід становлення [Електронний ресурс] / О. О. Бабінова. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/sp/2011\\_4/161-165.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sp/2011_4/161-165.pdf).
4. Біла С. Формування інституційних засад регіональної політики світовий досвід [Електронний ресурс] / С. Біла. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Evu/2009\\_11/Bila.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2009_11/Bila.pdf).
5. Гладій І. Й. Регіональна політика та сценарії просторового розвитку ЄС [Електронний ресурс] / І. Й. Гладій. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/prvs/2008\\_1/0064.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2008_1/0064.pdf).
6. Писаренко С. М. Регіональна конвергентність національної економіки [Електронний ресурс] / С. М. Писаренко. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/pips/2009\\_1/062.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/pips/2009_1/062.pdf).
7. Ціватий В. Г. Глобалізація та європейська регіональна політика: історичні імперативи і сучасність [Електронний ресурс] / В. Г. Ціватий. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvdau/2012\\_18/4.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvdau/2012_18/4.pdf).
8. Європейська регіональна політика: натхнення для країн, що не входять до ЄС? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/presenta/international/external\\_uk.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/international/external_uk.pdf).
9. Региональная политика стран ЕС / Центр европейских исследований ИМЭМО РАН ; [отв. ред. А. В. Кузнецов]. – М. : ИМЭМО РАН, 2009. – 230 с.
10. Cohesion policy 2007–13 Commentaries and official texts [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/publications/guide2007\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2007/publications/guide2007_en.pdf).
11. Tomaney John The future of regional policy [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.smith-institute.org.uk/file/TheFutureofRegionalPolicy.pdf>.
12. Офіційний сайт Європейської комісії, присвячений питанням регіональної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/thefunds/funding/index\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/regional_policy/thefunds/funding/index_en.cfm).
13. Regional Development Policies in OECD Countries [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/seges/arquivos/OECD2011/OECD\\_Regional\\_Countries.pdf](http://www.planejamento.gov.br/secretarias/upload/Arquivos/seges/arquivos/OECD2011/OECD_Regional_Countries.pdf).
14. Cohesion Policy 2014–2020 Investing in growth and jobs [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2014/proposals/regulation2014\\_leaflet\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/regulation/pdf/2014/proposals/regulation2014_leaflet_en.pdf).
15. EU Cohesion Policy 2014–2020: legislative proposals [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-11-1159\\_en.pdf?locale=en](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-1159_en.pdf?locale=en).
16. Eurostat regional yearbook 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_OFFPUB/KS-HA-12-001/EN/KS-HA-12-001-EN.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-HA-12-001/EN/KS-HA-12-001-EN.PDF).
17. Policies and strategies for regional development: a shift in paradigm [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.eprc.strath.ac.uk/eprc/documents/PDF\\_files/R46PoliciesandStrategiesforRegionalDevelopment.pdf](http://www.eprc.strath.ac.uk/eprc/documents/PDF_files/R46PoliciesandStrategiesforRegionalDevelopment.pdf).