

Стратегічне партнерство України та ЄС

Предмет дослідження – процес формування стратегічних відносини України та країн ЄС.

Метою даного дослідження є визначення умов трансформації міжнародного співробітництва у стратегічне партнерство та здійснення оцінки паритетності економічної складової стратегічного партнерства України та ЄС.

Методологія дослідження – запропоновано автором.

Результати роботи. Визначено умови трансформації міжнародного співробітництва у стратегічне партнерство. Запропонована методика оцінки паритетності економічної складової стратегічного партнерства. Обґрунтовано диспаритетність у співробітництві України та Європейського союзу, її причини та шляхи подолання.

Висновки: паритетність економічної складової стратегічного партнерства України та ЄС може бути забезпечена еквівалентним технологічним та статусним зовнішньо-торговельним балансом; партнерським обміном науковими досягненнями, спільно розробленими науковими та освітніми програмами в контексті науково-освітньої складової; розвитком туризму, спільних спортивних та культурних заходів в рамках культурної складової.

Ключові слова: стратегічне партнерство, оцінка паритетності економічної складової, структурна та статусна паритетність, диспаритетність, брендинг.

СТУДИНСКАЯ Г.Я.,
СТУДИНСКИЙ В.А.

Стратегическое партнерство Украины и ЕС

Предмет исследования – процесс формирования стратегических отношений Украины и стран ЕС.

Целью данного исследования является определение условий трансформации международного сотрудничества в стратегическое партнерство и осуществление оценки паритетности экономической составляющей стратегического партнерства Украины и ЕС.

Методология исследования – предложено автором.

Результаты работы. Определены условия трансформации международного сотрудничества в стратегическое партнерство. Предложена методика оценки паритетности экономической составляющей стратегического партнерства. Обоснованно диспаритетность в сотрудничестве Украины и Европейского Союза, ее причины и пути преодоления.

Выводы: паритетность экономической составляющей стратегического партнерства Украины и ЕС может быть обеспечена эквивалентным технологическим и статусным внешнеторговым балансом; партнерским обменом научными достижениями, совместно разработанными научными и образовательными программами в контексте научно-образовательной составляющей; развитием туризма, совместных спортивных и культурных мероприятий в рамках культурной составляющей.

Ключевые слова: стратегическое партнерство, оценка паритетности экономической составляющей, структурная и статусная паритетности, диспаритетность, брендинг.

STUDINSKAYA G.Ya.,
STUDINSKIY V.A.

Strategic partnership between Ukraine and the EU

The subject of the study is the process of formation of strategic relations between Ukraine and the EU.

The purpose of this study is to determine the conditions for the transformation of international cooperation into a strategic partnership and to assess the parity of the economic component of the strategic partnership between Ukraine and the EU.

Research methodology – proposed by the author.

Results of work. The conditions of transformation of international cooperation into strategic partnership are determined. The proposed method of estimating the parity of the economic component of the strategic partnership. The disparity in cooperation between Ukraine and the European Union, its causes and ways of overcoming is substantiated.

Conclusions: parity of the economic component of the strategic partnership between Ukraine and the EU can be ensured by the equivalent technological and status external trade balance; partner exchange of scientific achievements, jointly developed scientific and educational programs in the context of the scientific and educational component; development of tourism, joint sporting and cultural activities within the cultural component.

Key words: strategic partnership, estimation of the parity of the economic component, structural and status parity, disparity, branding.

Постановка проблеми. Відносини України та Європи належать до сфери глобальної політики, що впливає на економічний та політичний розвиток Європейського континенту, стабільність та міжнародний мир, оскільки Україна є не тільки географічним центром Європи, а й її східним кордоном, який стримує безпосереднє територіальне втручання в країни Європи. Цілеспрямована інтеграція України з Європейським Союзом, що визначила стратегічний вектор розвитку нашої країни, належність до центру сучасної глобальної політики передбачає необхідність перетворення співробітництва в стратегічне партнерство між Україною та ЄС, яке науковці розглядають як «інструмент зовнішньополітичної діяльності держави, а з іншого боку, – як модель зовнішньополітичних міждержавних відносин» [4, с. 226]. В контексті інтеграції України в ЄС оцінка паритетності економічної складової стратегічного партнерства набуває актуальності та своєчасності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Взаємодія між національними економіками країн світу є одним із затребуваних напрямів наукових досліджень, а пошук оптимальної моделі співробітництва країн, формування ефективних зовнішньоекономічних зв'язків між ними розглядається науковцями як шлях до економічної незалежності та безпеки держави. Дослідження проблем розвитку зовнішньоекономічних зв'язків, міжнародної інтеграції країн, стратегічного партнерства презентовані в роботах Б. М. Гончар, М. Ю. Козицького, В.М. Мордвінцева, А.Г. Слюсаренко [1], Б. Парахонського, Г. Яворської [2], Н. Ржевської [4], А.О. Ходжаян [15] та іншими науковцями.

Недосліджені частини проблеми. Разом з тим, оцінка паритетності економічної складової стра-

тегічних відносин між країнами, визначення причин диспаратності та шляхи її подолання залишаються поза увагою дослідників та потребують обґрунтування.

Метою даного **дослідження** є визначення умов трансформації міжнародного співробітництва у стратегічне партнерство та здійснення оцінки паритетності економічної складової стратегічного партнерства України та ЄС.

Виклад основного матеріалу. Трансформація міжнародного співробітництва між країнами у стратегічне партнерство здійснюється в умовах збігання взаємних цілей розвитку. Наявність зустрічних цілей розвитку співробітництва України та ЄС зображено на рис. 1.

Взаємна зацікавленість сторін співробітництва сприяє його перманентному ефективному розвитку. Диверсифікація міжнародного співробітництва, починаючи від активізації туристичних потоків, науково-освітніх, спортивних, культурних заходів до геополітичних, екологічних, суспільних проектів та забезпечення загальної безпеки в Європі, поглиблює, зміцнює таке співробітництво. Саме наявність зустрічної зацікавленості України та ЄС у співробітництві отримало логічне продовження через інтеграцію нашої країни з Європейською асоціацією.

Зауважимо, що не кожне міжнародне співробітництво трансформується у стратегічне партнерство, яке передбачає наявність не зустрічної зацікавленості, а спільних інтересів, головні з яких для України та ЄС зображено на рис. 2.

Конфлікт в Криму та на східних територіях Донбасу, поставив ряд серйозних проблемних питань щодо безпеки України [6, с.106]. Безпеки політичної, соціально-економічної, екологічної, демографічної – загальної безпеки не тільки для

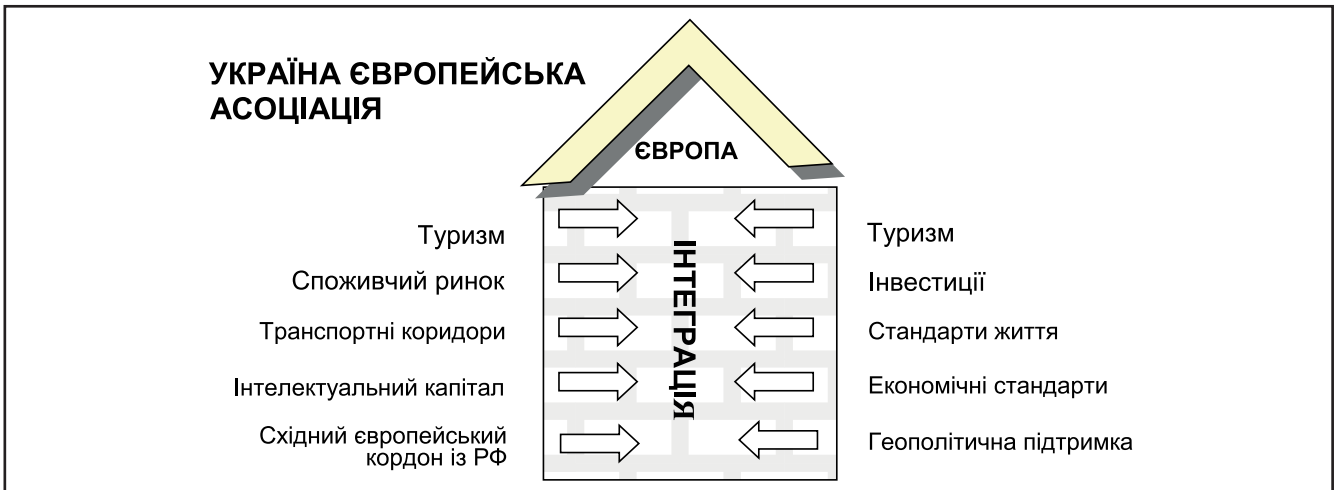


Рисунок 1. Зустрічні цілі розвитку міжнародного співробітництва України та ЄС

Джерело: складено авторами



Рисунок 2. Спільні цілі стратегічного партнерства України та ЄС

Джерело: складено авторами

України, а й для Європи в цілому, що і стало передумовою формування спільних інтересів.

Стратегічне партнерство полягає у зустрічних міждержавних діях через об'єднання зусиль, досягнення життєво важливих сфер співробітництва, що визначається взаємною готовністю сторін рахуватися з інтересами один одного, наявністю дієвих механізмів реалізації співробітництва, дисциплінованістю партнерських стосунків [4, с. 229]. Встановлення взаємних інтересів стратегічних партнерів відбувається на підставі переліку принципів, що перелічені на рис.3.

Науковці Національного інституту сучасних досліджень визначають стратегічне партнерство як тип міждержавних відносин, побудований як послідовна система взаємодії держав в напрямі реалізації спільних стратегічних завдань, інтересів та цілей. На відміну від союзницьких відносин стратегічне партнерство, на їх думку, не перед-

бачає жорсткої системи зобов'язань політичного, економічного, гуманітарного або безпекового характеру [2].

Враховуючи цілі, принципи стратегічного партнерства, в широкому сенсі така форма міжнародного співробітництва може бути визначено як система взаємодії держав, що ґрунтується на спільних цінностях, зустрічній зовнішньополітичній підтримці, узгодженні політики, вирішенні міжнародних конфліктів. На думку А.О. Ходжаян «міждержавна партнерська взаємодія передбачає: паритетність відносин, взаємне визнання незалежності держав, національних інтересів, довіру та повагу до національних цінностей; двосторонню співпрацю; взаємне визнання країн-членів економіко-політичних альянсів; геополітичну взаємозалежність; взаєморозуміння обопільних економічних та соціальних проблем країн-партнерів» [15, с.48].



Рисунок 3. Принципи стратегічного партнерства

Джерело: складено авторами за [4, с.228–229]

Після проголошення Україною незалежності у 1991 році ЄС було відзначено демократичний характер Всеукраїнського референдуму. Вже 2.07.1993 року постановою Верховної Ради України «Про основні напрями зовнішньої політики України» було вперше проголошено намір України розбудовувати відносини з ЄС на принципах інтеграції. Цей намір був закріплений в подальшому в 2010 році Законом України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» (в подальшій редакції від 1.01.15 р.), в якому було зафіксовано необхідність «забезпечення інтеграції України в європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в Європейському Союзі» [16, ст. 11];

Угода про партнерство і співробітництво від 14.06.1994 р., що набула чинності 1.03.1998 р., визначила зміст і структуру міжнародної співпраці України – ЄС, та була спрямована на розвиток економічного співробітництва, політичного діалогу та підтримку зусиль України щодо розвитку демократії і верховенства права.

Указом Президента України «Про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу» від 11.06.1998 року було визначено основні напрями інтеграційного процесу:

- адаптація законодавства України до законодавства ЄС, забезпечення прав людини;
- економічна інтеграція та розвиток торговельних відносин між Україною та ЄС;
- інтеграція України до ЄС у контексті загальноєвропейської безпеки;

- політична консолідація та зміцнення демократії;
- адаптація соціальної політики України до стандартів ЄС;
- культурно–освітня і науково–технічна інтеграція;
- галузева співпраця;
- співробітництво у галузі охорони довкілля [17].

Стратегічним документом, що свідчить про подальший розвиток відносин між Україною та ЄС, стала «Угода про асоціацію між Україною та ЄС», що була ухвалена Указом Президента України № 5 від 12.01.2015 р. Першочергові пріоритети розвитку нашої країни та дорожня карта її розвитку визначені Стратегією сталого розвитку «Україна – 2020», де зазначено, що ратифікувавши «Угоду про асоціацію між Україною та ЄС», Україна отримала інструмент та дороговказ для внутрішніх перетворень.

Важливо ефективно використати отриманий інструмент та перетворити за його допомогою міжнародне співробітництво між Україною та ЄС у стратегічне партнерство, яке в узькому сенсі розглядається як сукупність міждержавних проєктів, що представлені на рис. 4 як окремі складові, кожна з яких потребує власного підходу до встановлення, управління та розвитку:

Свідченням трансформації міжнародного співробітництва у межах кожної складової у стратегічне партнерство є паритетність відносин. Зокрема, паритетність стратегічного економічного партнерства полягає у еквівалентності техноло–

гічного та статусного рівня товарів, послуг у зовнішньоекономічному балансі України та ЄС.

Оцінка технологічної паритетності формується на підставі аналізу зовнішньоторговельного балансу (його динаміки, географічної та товарної структури, показника покриття імпортом експорту). Стратегічність міжнародного співробітництва України з ЄС підтверджується зростанням питомої ваги українського експорту та імпорту з ЄС в загальному зовнішньоторговельному обсязі країни протягом останніх восьми років, що видно із рис. 5.

Дані, що представлені на рис. 5, свідчать про зростання частки українського експорту в країні ЄС в загальному обсязі за вісім років – в 1,5 рази, імпорту – в 1,3 рази, що підтверджує стратегічність вектору співпраці України із ЄС. Кількісна паритетність оцінюється балансом зовнішньоекономічних торговельних відносин, динаміка якого між Україною та ЄС зображено на рис. 6.

Дані на рис.6 демонструють зміну характеру відносин в 2014 році, коли різниця між експортом та імпортом українських товарів в країні ЄС скоротилась майже у 5 разів (із 8,3 до 1,7 млрд дол. США) при незначному зростанні експорту

(на 0,4 млрд дол. США) та суттєвому зменшенні імпорту (майже на 23 % або 6,2 млрд дол. США). Разом з тим, зауважимо на перманентному перебільшенні імпорту над експортом, де виключенням став тільки 2015 рік, коли український експорт товарів перевищив їх імпорт на 0,4 млрд дол. США. Така ситуація добре візуалізується динамікою коефіцієнта покриття імпорту експортом, що наведено на рис. 7.

Таке співвідношення обсягу експорту та імпорту свідчить про наявність невикористаного потенціалу нашою країною та відсутність кількісної паритетності у зовнішньоторговельних відносинах між Україною та ЄС.

Якісну технологічну паритетність характеризує товарна структура експорту–імпорту між партнерами. Порівняємо TOP–10 експорту та імпорту України та ЄС в 2016 році, що представлено у табл..

Основу експорту України до ЄС складають 5 товарних груп (XV. Недорогоцінні метали та вироби з них – 3092,7 млн дол. США; II. Продукти рослинного походження – 2037,6 млн дол. США; XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання – 1978,8 млн дол. США;

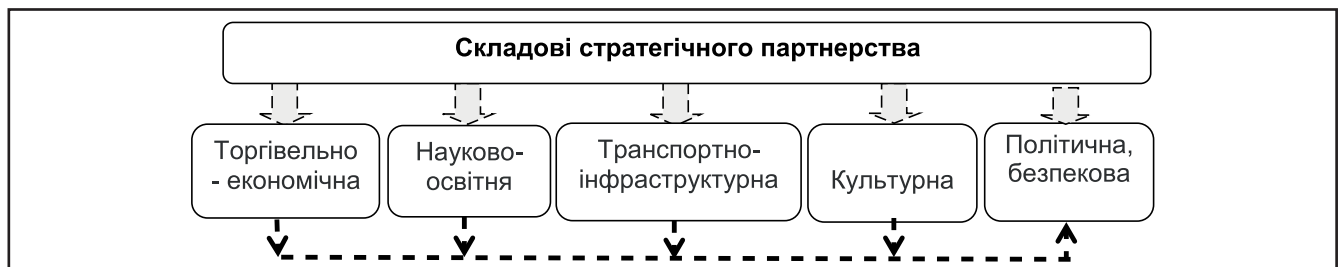


Рисунок 4. Основні складові стратегічного партнерства

Джерело: складено авторами

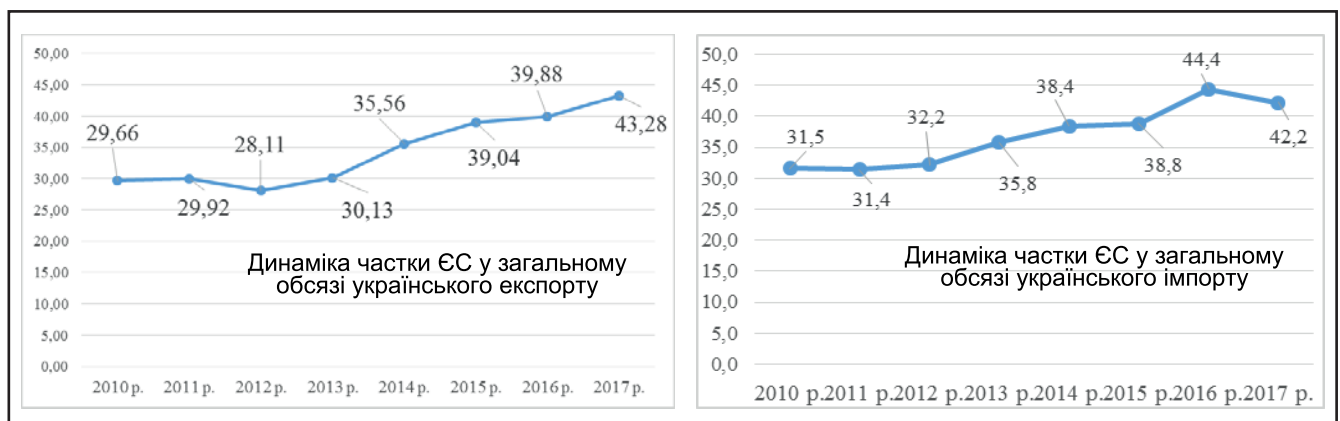


Рисунок 5. Динаміка частки українського зовнішньоторговельного обороту з країнами ЄС в загальному обсязі

Джерело: розраховано авторами за [14]

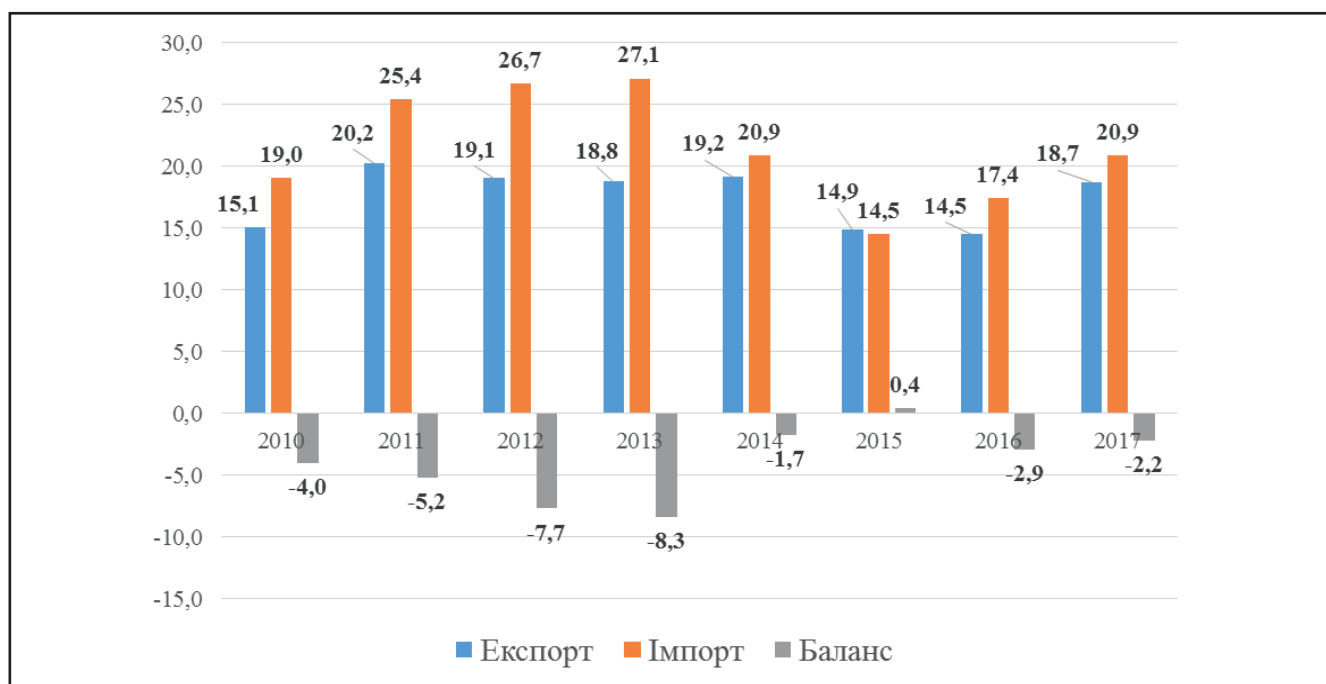


Рисунок 6. Динаміка зовнішньоторговельного балансу України із ЄС, (млрд дол. США)

Джерело: складено авторами за даними [14]

V. Мінеральні продукти – 1453,3 млн дол. США;
 III. Жири та олії тваринного або рослинного походження – 1204,3 млн дол. США, на які припадає 84,1 % всього експорту, що зображено на рис. 8.

Дані, що представлені на рис. 8 свідчать про відсутність еквівалентного товарного обміну між Україною та країнами ЄС. Зокрема, майже 70% українського експорту в ЄС в 2016 році склали товари із низькою доданою вартістю – чорні метали та продукція сільського господарства. «Найбільші обсяги експорту до країн ЄС склали продукція агропромислового комплексу та харчо-

вої промисловості – 30,5% від загального обсягу експорту, чорні метали – 19,9%, електричні та механічні машини – 14,7%, мінеральні продукти – 10,8%» [14, с.5]. В той же час майже 80% імпорту з країн ЄС складають технологічні товари з високою доданою вартістю (транспортні засоби: літаки, автомобілі, судна, продукція хімічних галузей), тобто за структурним аналізом товарний обмін не є паритетним, що демонструє Україні ефективні вектори розвитку національної економіки.

З точки зору створення доданої вартості структури експорту, що на рис. 8, можна назвати при-

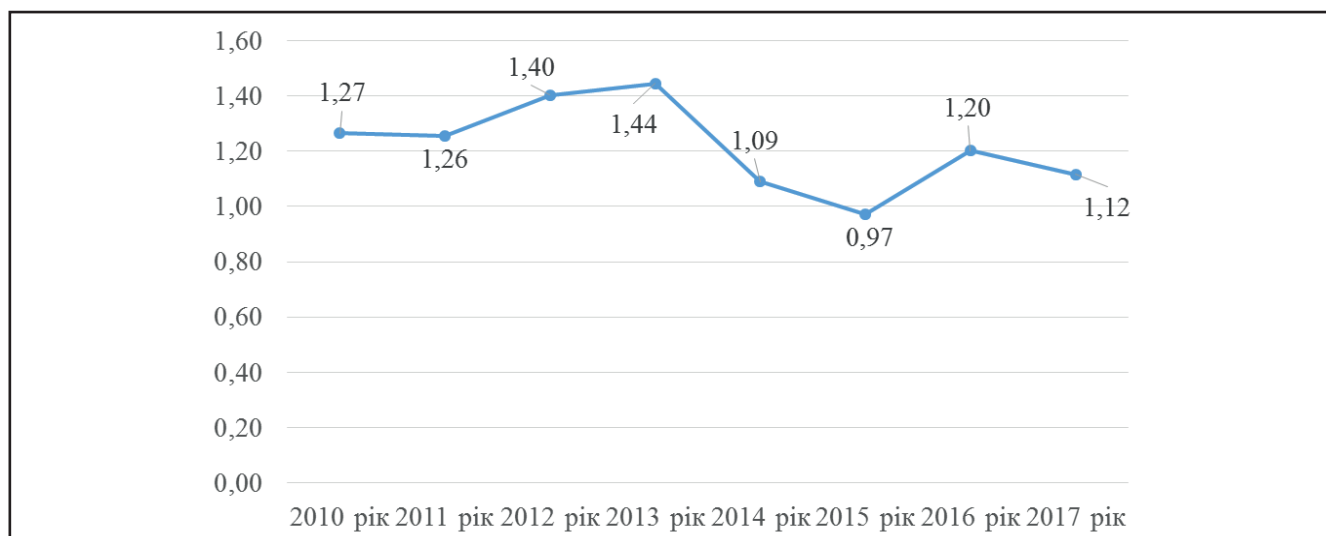


Рисунок 7. Динаміка коефіцієнту покриття імпорту експортом

Джерело: розраховано авторами за [14]

Таблиця 1. TOP-10 товарних позицій в експорті, імпорті України та ЄС в 2016 р.

Експорт	млн дол. США	Імпорт	млн дол. США
1	2	3	4
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	3092,7	XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	3624,2
II. Продукти рослинного походження	2037,6	VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	3047,5
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	1978,8	V. Мінеральні продукти	2604,0
V. Мінеральні продукти	1453,3	XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	1520,3
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	1204,3	VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	1365,9
IX. Деревина і вироби з деревини	784,6	IV. Готові харчові продукти	971,5
IV. Готові харчові продукти	703,4	XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	877,5
XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби	565,2	XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби	614,9
XX. Різні промислові товари	374,4	X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	599,1
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	354,2	II. Продукти рослинного походження	421,0

Джерело: складено за [14]

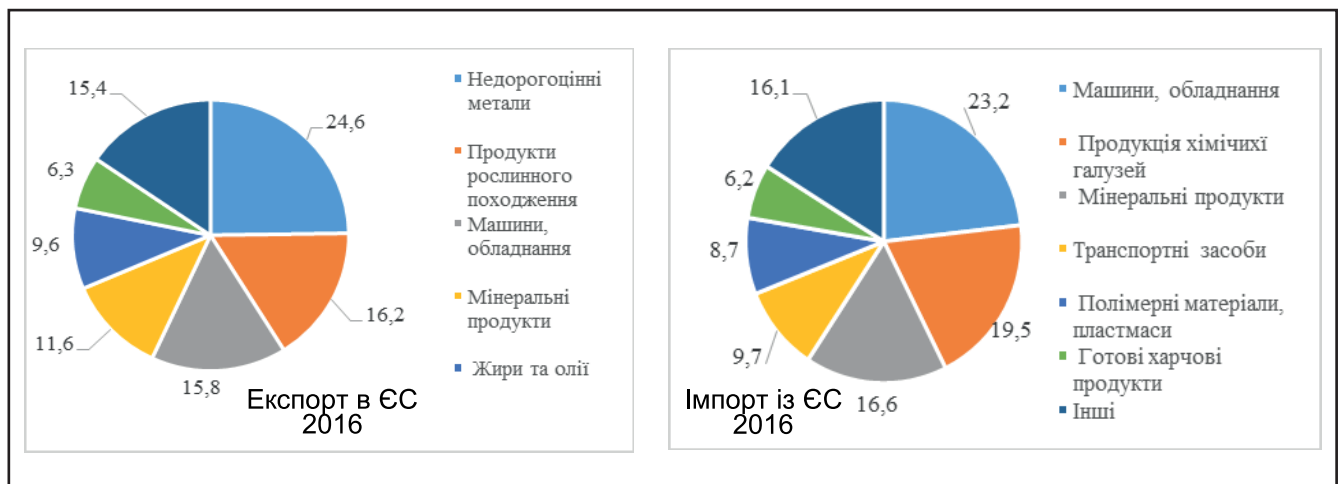


Рисунок 8. Товарна структура експорту/імпорту України в/з ЄС в 2016 р.

Джерело: розраховано авторами за [14]

мітивною – такою, що не стимулює національну економіку до економічного розвитку. Коефіцієнт технологічності (як питома вага високотехнологічної продукції у загальному обсягу) українського експорту складає 22%, а імпорту – 58,9%, що вище в 2,7 раз за аналогічний коефіцієнт експорту в Україну, що також свідчить про нееквівалентний торговий обмін.

Питання чи залишатися Україні аграрною країною в науковому середовищі сьогодні є дискусійним, що апріорі вже є помилковим. Сільське господарство потребує розвитку, але модернізованого, наукоємного, такого, що забезпе-

чить значне збільшення продуктивності праці та прибутковості. Разом з тим, аграрний сектор економіки не має бути акцентним у спеціалізації України. В 2016 році «серед товарів АПК та харчової промисловості найбільша частка експорту припадала на зернові культури – 31,0% від загального обсягу товарів АПК (у т.ч. кукурудза – 24,8%, пшениця – 4,7%), жири та олії тваринного або рослинного походження – 29,2% (олія соняшникова – 26,1%), насіння і плоди олійних рослин – 14,7% [14, с.5]. Це ж стосується і чорної металургії, питома вага якої в експорт країни разом із сільськогосподарською продукцією

складає майже половину. Відсутність паритетності у зовнішньоекономічному співробітництві України призводить де факто не тільки до економічної залежності від технологічно розвинутих країн світу, а й до небезпеки перетворення країни у сировинний та аграрний придаток світової економіки, що не забезпечить бажаного благополуччя суспільству. Ця думка послідовно, логічно та переконливо доводиться Еріком С. Райнертом: «Жодна країна ніколи не піднялась з бідності без інноваційної системи» та формується у стратегічну пораду для ефективного розвитку України: «Не відкривайтеся дуже широко для вільної торгівля поки не маєте міцної національної промислової основи. Симетрична економічна інтеграція – між рівними – добра для обох сторін. Асиметрична інтеграція має тенденцію робити бідних партнерів біднішими» [3, с.10].

Корисний досвід Німеччини стосовно її індустріалізації протягом XVIII – початку XIX століть, деіндустріалізації після другої світової війни згідно з планом Г. Морґентау та потужної деіндустріалізації за планом Д. Маршалла стали незаперечним доказом необхідності технічного та технологічного розвитку країни для отримання потужного зростання продуктивності праці, прибутковості виробництва, збільшення заробітної плати, створення брендів, розширення споживчої здатності, подолання соціальних проблем, підвищення добробуту та збільшення багатства країни [там же, с. 201].

Рівень статусного паритету зовнішньоекономічного торговельного балансу ЄС та України може бути встановлено в результаті якісного аналізу використання брендингу в національній економіці країн.

Брендинг визначається як економічне явище, системоутворююча дія якого використовується з метою підвищення конкурентоспроможності різних об'єктів національної економіки, де бренд відіграє роль ефективного інструменту економічного розвитку, що здійснює встановлення зв'язку між об'єктом брендування та споживачами, забезпечує досягнення цілей власника завдяки задоволенню очікувань споживачів через механізм стійкого асоціативного сприйняття сукупності його цінностей [5, с. 17]. Невипадково саме бренд розглядається в контексті дослідження стратегічного партнерства як інтеграційний елемент еквівалентної співпраці ЄС та України, оскільки, з однієї сторони, брендинг є результатом ін-

дустріалізації країни, що забезпечує збільшення продуктивності праці, розширення асортименту продукції, її стабільну якість, високу доходність, підвищення купівельної спроможності населення, збільшення споживчого ринку; а, з іншої, динаміка розвитку його комерційних форм (брендів товарів та послуг) та некомерційних форм (територіальних брендів, в т. ч. національних брендів країн) ЄС демонструє значну ефективність та перспективність на світовому ринку.

Результатом досліджень умов збагачення країн світу став фундаментальний висновок Е.С. Райнерта, що розвинуті країни досягли високих економічних поточних результатів виключно за рахунок індустріалізації (модернізації), з одного боку, та завдяки впровадженню протекціоністської політики щодо власного виробництва, з іншого боку. Притримування такої політики Великою Британією у XVI столітті дозволило країні стати світовим флагманом індустріалізації, а через три століття стало умовою створення супердержави США [3]. Цілком логічно, що період індустріалізації країн ЄС збігається із першими кроками розбудови комерційних брендів. Дані, що представлені у табл. 2, демонструють лідируючі позиції США, поряд з якими країни ЄС займають друге місце (40%) у процесі розбудови світових брендів у XIX–XX століттях.

Зауважимо, що всі європейські бренди є високотехнологічними, тобто такими, що створюють велику додану вартість та стимулюють національне господарство до подальшого розвитку.

Активізація процесу брендингу в світі та ЄС продовжується і в XXI столітті, що підтверджується аналітичними даними компанії BrandFinance щодо географічної структури комерційних брендів на світовому ринку товарів та послуг, яка представлена на рис. 9.

Представлені дані на рис. 9 демонструють сучасні лідерські позиції США, значну долю азійських брендів 31,3% (Китаю, Японії, Південної Кореї) та досить вагому частку комерційних брендів країн ЄС – 15,5% на світовому ринку товарів та послуг в 2018 році, що на нашу думку є помітним індикатором стратегічних дій для України.

Дані, що представлені у табл. 3, характеризують зміни у вартості комерційних брендів країн ЄС в 2018 році у порівнянні із 2017 роком та їх координати у рейтингу TOP – 100 брендів світу за версією BrandFinance.

Таблиця 2. Перелік перших світових брендів

Ім'я бренда	Країна	Рік реєстрації
Mitsubishi	Японія	1870
Nestlй	Швейцарія	1875
Johnson & Johnson	США	1886
Coca-Cola	США	1887
General electric	США	1892
Shell	Нідерланди	1900
Mercedes-Benz	Німеччина	1911
Volkswagen	Німеччина	1938
Motorola	Німеччина	1960
McDonald's	США	1962
Nike	США	1971
Apple	США	1977

Джерело: складено за [8, с. 25]

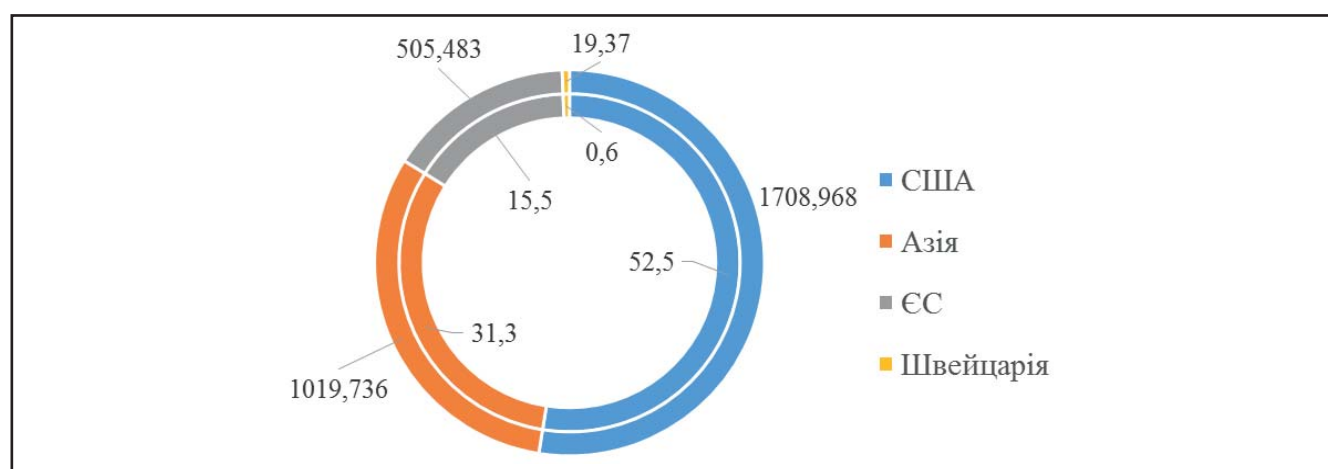


Рисунок 9. Географічна структура TOP-500 комерційних брендів світу у 2018 році, % та млрд дол. США

Джерело: розраховано авторами за [9]

Динаміка збільшення вартості національних брендів певних країн ЄС та України представлено у табл. 4.

Враховуючи, що площа 22 країн ЄС, що представлені у табл. 4, складає 5218,3 тис. км², населення (в 2010 році) – 552 млн осіб, а площа України – 603,6 тис. км², населення на 01.01.2017 року – 42,4 млн осіб, представимо розраховані відносні показники брендovanності територій цих країн та України, що зображено на рис. 10.

Розрахунки свідчать, що показник територіальної брендovanності в 22 країнах ЄС вищий ніж в Україні в 36 разів, а в розрахунку на одного громадянина – вище в 22 рази, що свідчить про ефективність брендингу як інструменту економічного розвитку національної економіки та необхідність його впровадження в нашої країни.

Необхідно зауважити, що процес розвитку розбудови та управління національними брен-

дами ЄС є цілеспрямованою політикою країни; разом з тим, в Україні зазначений процес має непослідовний, хаотичний характер (національний бренд фактично не створений, а його «просування» здійснюється; в 2013 році офіційно затверджений національний туристичний бренд; бренд-орієнтований розвиток як політика просування регіону, офіційно прийнята на 2017 рік тільки Львівським регіоном). Фактично здійснюється просування «історичного бренду» України, який залишився у спадок від колишнього Радянського Союзу. «Історичний бренд» тільки засвідчує про існування країни, але, на відмінність від реального національного бренду, не наділяє та не демонструє переваги країни світові, тобто «історичний бренд» є формальною, непрацюючою ознакою. Реальний національний бренд країни виступає потужним джерелом її доходів у різних формах.

Таблиця 3. Вартість комерційних брендів країн ЄС в 2018–2017 році

Місце у рейтингу 2018	Місце у рейтингу 2017	Назва бренду	Країна походження	Вартість бренду в 2018 році (млн дол. США)	Вартість бренду в 2017 році (млн дол. США)
15	20	Mercedes-Benz	Німеччина	43,93	35,544
17	16	BMW	Німеччина	41,79	39,335
22	18	T (Deutsche Telekom)	Німеччина	40,152	36,433
23	17	Shell	Нідерланди	39,423	36,783
28	40	Volkswagen	Німеччина	33,67	25,014
46	42	IKEA	Швеція	24,351	24,119
51	52	Orange	Франція	22,206	21,526
55	45	Siemens	Німеччина	21,956	23,088
58	65	Total	Франція	20,971	18,514
62	85	Allianz	Німеччина	20,229	15,197
66	64	BP	Велика Британія	19,61	18,857
70	69	Bosch	Німеччина	19,341	17,991
71	107	Porsche	Німеччина	19,055	12,396
72	63	H&M	Швеція	18,959	19,177
74	51	Vodafone	Велика Британія	18,744	21,831
76	57	HSBC	Велика Британія	18,305	20,688
82	90	Zara	Іспанія	17,453	14,399
84	98	EY	Велика Британія	17,13	13,357
85	86	SAP	Німеччина	17,057	15,158
94	81	Santander	Іспанія	16,2	15,929
97	106	Audi	Німеччина	14,951	12,546
ВСЬОГО:				505,483	457,882

Джерело: складено авторами за [9]

Брендинг національної економіки України має спиратися на розвиток високотехнологічних галузей народного господарства, переробну промисловість. Зауважимо, що жодного бренду не створено у добувній галузі. Бренди створюються з метою отримання надприбутків в галузях, у яких існують умови їх отримання. До таких умов, перш за все, відноситься можливість механізації, автоматизації виробничих процесів, що призводить до зниження постійних витрат на розширенні об'єму виробництва. Саме тому, Е. С. Райнерт наполягає на прискореному розвитку галузей обробної промисловості як головній умові реального збагачення країни [3]. Порівняємо галузеву структуру вартості комерційних брендів країн ЄС, що входять у рейтинг TOP-100 в 2018 році за версією BrandFinance, зі структурою вітчизняних брендів, що наведені у табл. 5.

Зауважимо, що жодного українського бренду в TOP-100 2018 року за версією BrandFinance не має. Галузева структура комерційних брендів ЄС та України також демонструє різницю між рівнем їх технологічності. Якщо 15,5% брендів ЄС створені в ІТ галузі та телекомунікації, 30,3%

– в автомобілебудуванні, 22,8% – фінансові, страхові, аудит– послуги, то більшість українських брендів – в послугах (61,1%) та харчовій промисловості (24,2%).

Таким чином, аналіз зовнішньоторговельного балансу ЄС та України (технологічний паритет) та розвиток брендування в них (статусна паритетність) доводить про відсутність еквівалентності в торговельно–економічному обміні, що перетворює економічну підпорядкованість України в небезпечний фактор політичної залежності. Вектор безпекової складової стратегічного партнерства схематично зображено на рис. 11.

Незначна зміна в політичній складовій співробітництва між ЄС та Україною призведе до диспаритету їх стратегічного партнерства (з А в А1), що вплине на еквівалентність інших складових (В – В1; С – С1; D – D1). Існує і зворотній вплив: економічні, науково–освітні, культурні події можуть спричинити зміни політичної складової та стати загрозою паритету безпекової складової стратегічного партнерства. Зауважимо, що складові уздовж осі координат розташовані від–

Таблиця 4. Динаміки вартості брендів окремих країн ЄС, України (млн дол. США)

Країни ЄС	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Німеччина	3100	3146	3903	4002	4357	4166	3882	4021
Великобританія	1944	1849	2189	2354	2833	3101	2942	3129
Італія	1730	1515	1104	1043	1289	1445	1521	2034
Франція	1634	1673	1963	1938	2076	2158	2339	2969
Іспанія	865	729	908	725	801	872	966	1410
Нідерланди	904	829	872	997	1026	1000	1121	1005
Швеція	471	666	752	802	814	810	742	703
Бельгія	397	369	380	420	452	500	532	548
Туреччина	312	373	487	668	761	668	474	570
Данія	268	248	366	369	394	410	408	453
Греція	230	135	73	48	61	59	57	80
Польща	229	269	472	497	602	566	516	571
Ірландія	217	130	137	185	250	287	344	427
Фінляндія	217	222	278	287	307	289	267	323
Румунія	107	112	158	121	127	141	165	175
Чехія	96	108	166	154	180	187	237	299
Словаччина	–	76	75	57	65	–	80	104
Болгарія	33	35	43	45	45	50	49	47
Словенія	29	33	50	47	56	53	53	63
Естонія	10	12	17	15	19	17	20	28
Латвія	–	24	28	27	33	35	37	34
Литва	24	26	41	35	44	50	46	48
Україна	65	68	124	126	80	44	56	68

Джерело: складено авторами за [9]

Таблиця 5. Галузева структура комерційних брендів TOP-100 країн ЄС (2018)

Країна	Одяг	Меблі	Телеком	Техніка	Ювелірні вироби	АЗС	Автомобіле-будування	Аудит	Страхов.	Банківські послуги
Німеччина	0	0	14,8	21,4	0	0,0	56,4	0	7,4	0
Великобританія	0	0	52,0	0	0	0,0	0,0	23,2	0,0	24,8
Швеція	43,8	56,2	0	0	0	0	0	0	0	0
Франція	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0	0	100
Іспанія	0	00	0	0	51,9	0	0	0	0	48,1
Нідерланди	0	0	0	0	0	100	0	0	0	0

Джерело: складено авторами за [9]

повідно до сили впливу на безпеку стратегічного партнерства.

Відсутність паритетності в торговельно-економічному обміні підтверджує попередження науковців про серйозну загрозу для України, що «експортним продуктом країни стануть її люди..., а грошові перекази мігрантів будуть головним джерелом іноземної валюти» [3, с. 9]. Фактичні дані щодо міграційних процесів в Україні (2014–2018 рр.), що зображено на рис. 12, підтверджують прогнози.

За даними Інституту народознавства НАНУ кількість офіційних трудових мігрантів в 2018 році складає більше 1,2 млн осіб, тоді як неофіційно – майже 4,5 млн заробітчан, які отримують за кордоном більше 6 % ВВП України, що відчутно впливає на курс гривні. 553,8 тис. українців працюють саме в країнах ЄС. За даними НБУ, за період 2013–2017 рр. обсяги приватних грошових переказів в Україну досягли 25,3 млрд дол. США; це грошові перекази українцям через

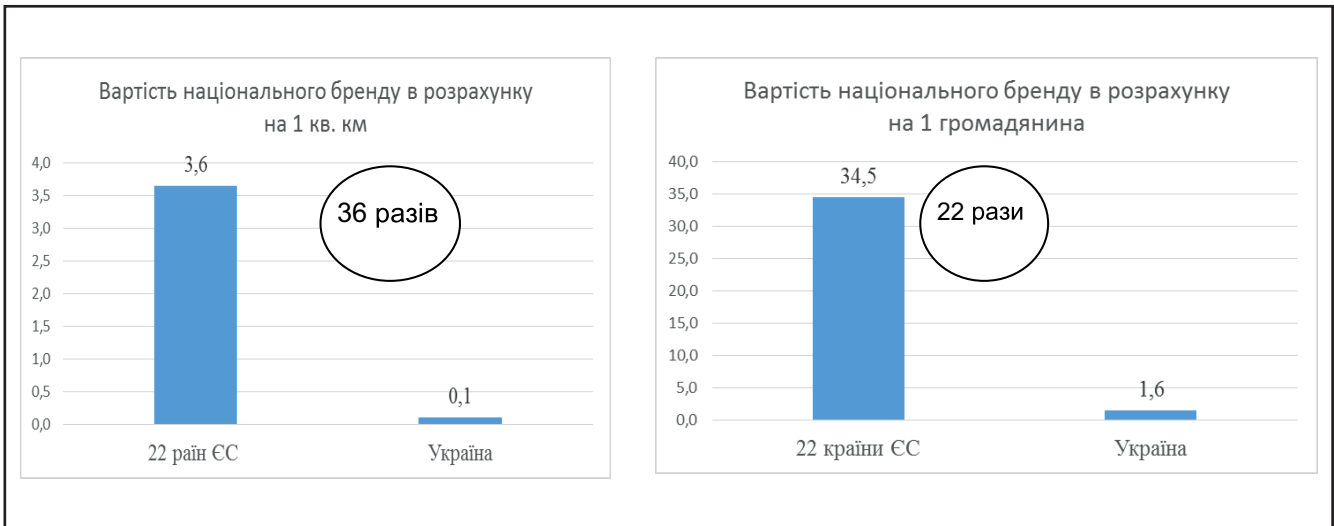


Рисунок 10. Відносні показники брендovanності 22 країн ЄС і України

Джерело: розраховано за авторською методикою

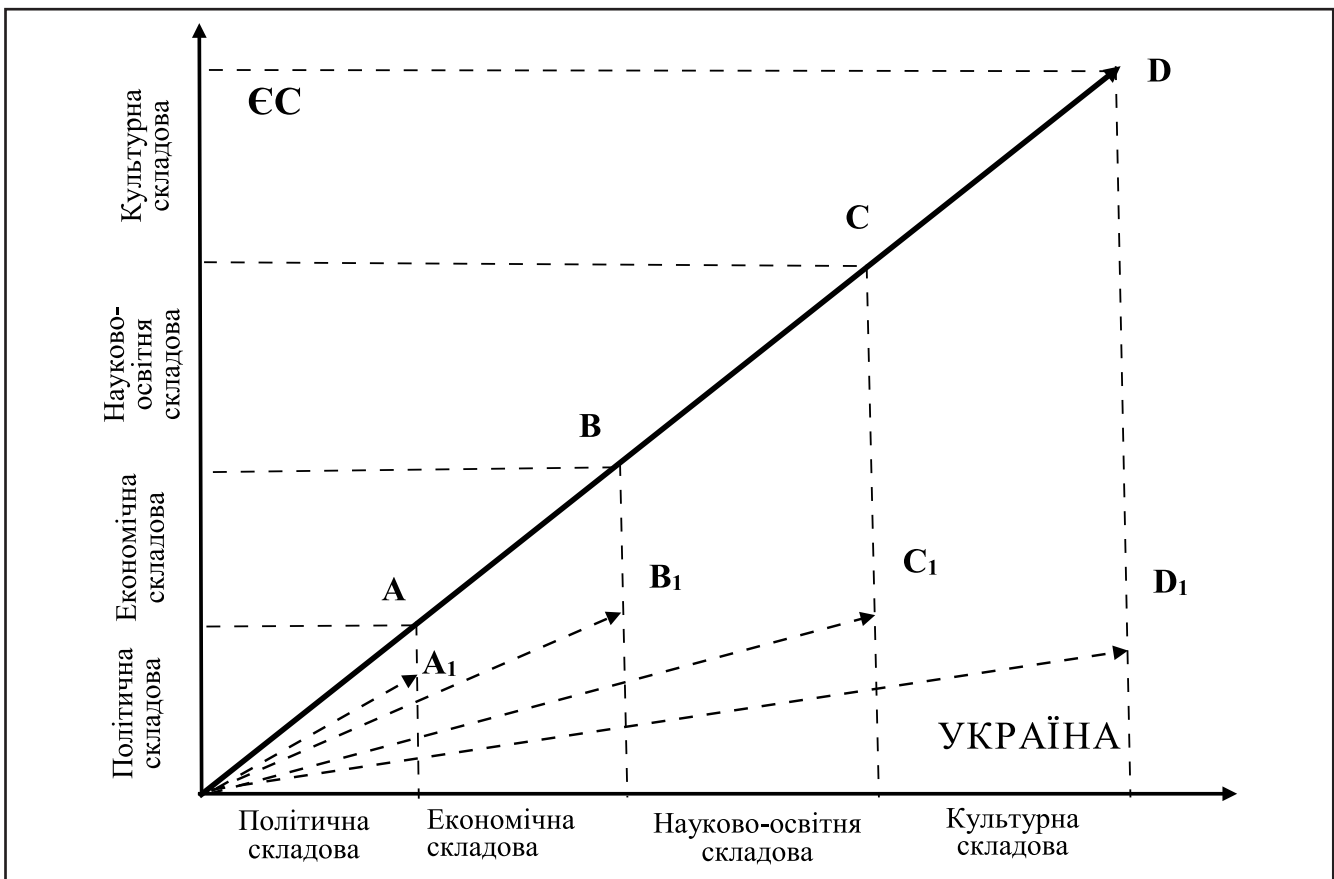


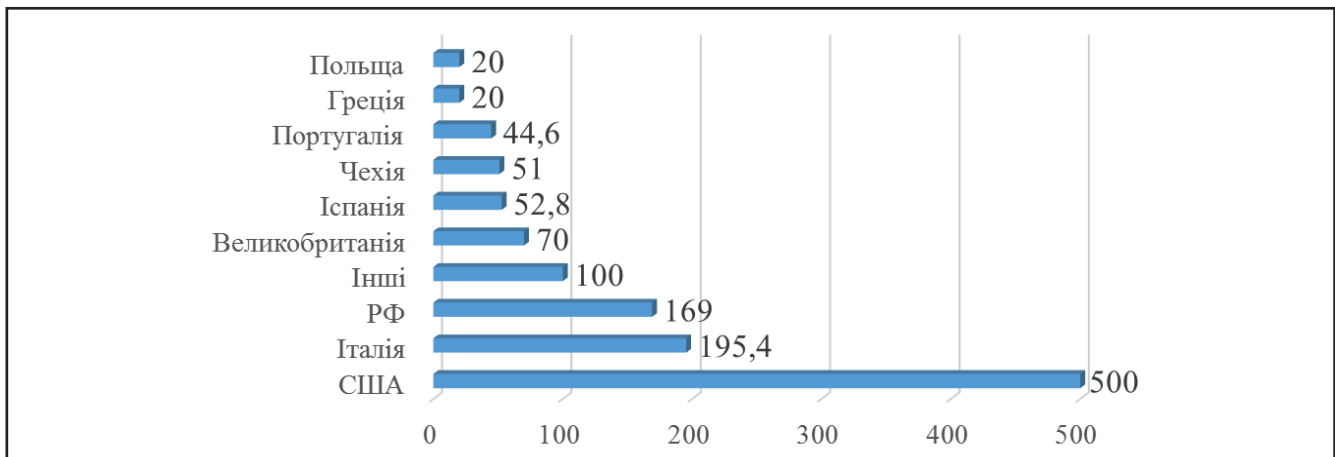
Рисунок 11. Схема формування вектора економічної безпеки стратегічного партнерства

Джерело: складено авторами

банківські та платіжні системи (це тільки частина від заробітчан). За даними Нацбанку найбільше грошових переказів в Україну в 2016 році здійснено з Росії – 977,6 млн дол. США, найбільший обсяг був зафіксований у 2013 році – 2,7 млрд дол. США. На другому місці США – 602 млн дол. США у 2016 році; найбільший обсяг переказів з

США зафіксований також у 2013 році – 642,5 млн дол. США.

Орієнтовні суми сплачених податків від приватних грошових переказів в Україну за період 2013–2016 рр. сягають 59 млрд грн. Економічні переваги цього процесу є досить відносними, адже, перш за все, негативно впливають на родинні зв'язки,



Рисунк 12. Географія української трудової міграції, тис. осіб

Джерело: складено авторами за даними інституту народознавства НАНУ

виховання дітей, а, головне, не впливають на перспективний економічний розвиток України, тому зростання грошових переказів трудових мігрантів демонструють не економічний прогрес, а економічний регрес, який Е.С. Райнерт справедливо називає «примітивізацією» економіки [3, с.9].

Економічна природа причини цієї проблеми полягає у політиці цілеспрямованої індустріалізації, яка забезпечує країні високу продуктивність праці, розвиток третього та четвертого секторів економіки, конкурентоспроможність окремих суб'єктів господарювання та національної економіки в цілому.

Економічна політика європейських інституцій побудована на ідеї збереження лідуєчих економічних позицій ЄС, отже їх рекомендації щодо економічного розвитку, відкритої торгівлі, структури національного господарства, економічної політики та стратегії розвитку необхідно аналізувати, сортувати та вибірково приймати до впровадження. Слушна порада з цього приводу від Е.С. Райнерта: «Не чиніть так, як кажуть вам чинити американці, а чиніть так, як чинили американці» [3, с. 59]. Індустріалізація має передувати відкритій економіці для створення технологічної паритетності відкритої торгівлі із високотехнологічними державами. Розвиток наукоємних галузей, що спирається на міжнародний розподіл праці та передбачає інтеграцію країни у міжнародні виробничі мережі, забезпечить підвищення конкурентоспроможності національної економіки та її ефективність.

Висновки

Паритетність економічної складової стратегічного партнерства України та ЄС може бути за-

безпечена еквівалентним технологічним та статусним зовнішньо-торговельним балансом; партнерським обміном науковими досягненнями, спільно розробленими науковими та освітніми програмами в контексті науково-освітньої складової; розвитком туризму, спільних спортивних та культурних заходів в рамках культурної складової. Враховуючи історичну необхідність України в сильному стратегічному геополітичному партнері – ЄС, національна економіка потребує піднесення її технічного та технологічного рівня до рівня стратегічного партнера, що забезпечить її конкурентоспроможність на світовому ринку товарів та послуг, економічну, політичну незалежність та безпеку країни.

Список використаних джерел

1. Гончар Б. М., Козицький М. Ю. Всесвітня історія: навчальний посібник / Б. М. Гончар, М. Ю. Козицький, В.М. Мордвінцев, А.Г. Слюсаренко, 2001. – К.: Знання. – с.359
2. Парахонський Б. Стратегічне партнерство України. Аналітична записка Національного інституту сучасних досліджень / Б. Парахонський, Г. Яворська [Електронне джерело]. – Доступ до ресурсу: <http://www.niss.gov.ua/articles/600/>
3. Райнерт Е. С. Як багаті країни забагатили... і чому бідні країни лишаються бідними / Е. С. Райнерт. – К: Темпора, 2014. – 444 с.
4. Ржевська Н. Стратегічне партнерство Україна–США: становлення та прогноз / Ніна Ржевська // Політичний менеджмент, – 2013. – № 1–2. – С. 226–233
5. Студінська Г.Я. Бренд у національній економіці України : [моногр.] / Г.Я. Студінська. – К. : ДНДІІМЕ, 2016. – 345 с.

6. Студінський В.А. Екологічний аспект соціально-економічної безпеки України в умовах війни (2014–2017 рр.) / В.А. Студінський // Сучасні механізми забезпечення соціально-економічної безпеки на макро- та макрорівнях : матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції. – Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2017. – С. 106–108

7. Чекаленко Л. Д. Зовнішня політика і безпека України. Людина – Суспільство – Держава – Міжнародні структури : Монографія / За ред. С. І. Пирожкова. – К. : НІПМБ, 2004. – 352 с.

8. Элвуд Ян. 100 приемов эффективного брендинга / Ян Элвуд. – СПб.: П, 2002. – 367 с.

9. Офіційний сайт компанії BrandFinance [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.brandfinance.com/

10. Офіційний сайт компанії MPP consulting. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mppconsulting.com.ua/ukrbrand/ukrbrand2014>

11. Офіційний сайт Держстатистики. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ukrstat.org>

12. Офіційний сайт WorldCity, Inc. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ustradenumbers.com/>

13. Офіційний сайт Tradingeconomics. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tradingeconomics.com/ukraine/imports/united-state>

14. Cooperation between Ukraine and EU countries: statistical yearbook in 2016. Державна служба статистики України. – Київ, 2017. – с.186

15. Khodzhaian A. Strategic partnership as a form of innerstate cooperation (Стратегічне партнерство як форма міждержавного співробітництва) / А.О. Ходжаян // Науковий вісник Полісся Чернігівського національного технологічного університету. – 2017. – № 3 (11). Ч.1.– С. 48–53

16. Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2411-17>

17. Указ Президента України «Про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу» від 11.06.1998 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/615/98>

References

1. Honchar B. M., Kozyts'kyu M. YU. Vsesvitnya istoriya: navchal'nyu posibnyk / B. M. Honchar, M. YU. Kozyts'kyu, V.M. Mordvintsev, A.H. Slyusarenko, 2001. – К.: Znannya. – с.359

2. Parakhons'kyu B. Stratehichne partnerstvo Ukrayiny. Analychna zapyska Natsional'noho instytutu suchasnykh doslidzhen' / B. Parakhons'kyu, H. Yavors'ka

[Elektronne dzherelo]. – Dostup do resursu: <http://www.niss.gov.ua/articles/600/>

3. Raynert E. S. Yak bahati krayiny zabahatily... i chomu bidni krayiny lyshayut'sya bidnymy / E. S. Raynert. – K: Tempora, 2014. – 444 s.

4. Rzhevs'ka N. Stratehichne partnerstvo Ukrayina–SSHA: stanovlennya ta prohnoz / Nina Rzhevs'ka // Politychnyy menedzhment, – 2013. – № 1–2. – S. 226–233

5. Studins'ka H.YA. Brend u natsional'niy ekonomitsi Ukrayiny : [monohr.] / H.YA. Studins'ka. – K. : DNDIIME, 2016. – 345 s.

6. Studins'kyu V.A. Ekolohichnyy aspekt sotsial'no-ekonomichnoyi bezpeky Ukrayiny v umovakh viyny (2014–2017 rr.) / V.A. Studins'kyu // Suchasni mekhanizmy zabezpechennya sotsial'no-ekonomichnoyi bezpeky na makro- ta makrorivnyakh : materialy I Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi. – Dnipro: Universytet mytnoyi spravy ta finansiv, 2017. – S. 106–108

7. Chekalenko L. D. Zovnishnya polityka i bezpeka Ukrayiny. Lyudyna – Suspil'stvo – Derzhava – Mizhnarodni struktury : Monohrafiya / Za red. S. I. Pyrozhkova. – K. : NIPMB, 2004. – 352 s.

8. Элвуд Ян. 100 приемов эффективного брендинга / Ян Элвуд. – СПб.: П, 2002. – 367 с.

9. Офіційний сайт компанії BrandFinance [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.brandfinance.com/

10. Офіційний сайт компанії MPP consulting. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mppconsulting.com.ua/ukrbrand/ukrbrand2014>

11. Офіційний сайт Держстатистики. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ukrstat.org>

12. Офіційний сайт WorldCity, Inc. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ustradenumbers.com/>

13. Офіційний сайт Tradingeconomics. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://tradingeconomics.com/ukraine/imports/united-state>

14. Cooperation between Ukraine and EU countries: statistical yearbook in 2016. Державна служба статистики України. – Київ, 2017. – с.186

15. Khodzhaian A. Strategic partnership as a form of innerstate cooperation (Стратегічне партнерство як форма міждержавного співробітництва) / А.О. Ходжаян // Науковий вісник Полісся Чернігівського національного технологічного університету. – 2017. – № 3 (11). Ч.1.– С. 48–53

16. Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2411-17>

17. Указ Президента України «Про затвердження стратегії інтеграції України до Європейського Союзу» від

11.06.1998 roku [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/615/98>

Дані про автора

Студінська Галина Яківна,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Київський національний торговельно-економічний університет, д.е.н.

вул. Кіото, 19, м. Київ–ДСП, 02000, Україна

e-mail: Studinska.galina@gmail.com

Студінський Володимир Аркадійович,

професор кафедри економічної теорії, Київський національний економічний університет імені В.Гетьмана, д.е.н., професор

просп. Перемоги, 54/1, Київ, 03057, Україна

e-mail: studzinskiw@bigmir.net

Данные об авторе

Студинская Галина Яковлевна,

доцент кафедры международных экономических отношений, Киевский национальный торгово-экономический университет, д.э.н.

ул. Киото, 19, г. Киев–ДСП, 02000, Украина

e-mail: Studinska.galina@gmail.com

Студинский Владимир Аркадьевич,

профессор кафедры экономической теории, Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана, д.э.н., профессор

просп. Победы, 54/1, Киев, 03057, Украина

e-mail: studzinskiw@bigmir.net

Data about the author

Galina Studina,

Associate Professor of the Department of International Economic Relations, Kyiv National University of Trade and Economics, Doctor of Economic Sciences

street Kyoto, 19, Kyiv, Ukraine

e-mail: Studinska.galina@gmail.com

Volodymyr Studinsky,

Professor of the Department of Economic Theory, Kiev National Economic University named after V. Hetyman, Doctor of Economics, Professor

Prospekt Peremogy, 54/1, Kyiv, 03057, Ukraine

e-mail: studzinskiw@bigmir.net

УДК 336.143–048.74(477)

DOI: 10.5281/zenodo.1445366

БАТАЖОК С.Г.

Бюджетно-фінансова децентралізація як фактор зміцнення місцевого самоврядування в Україні

Предмет дослідження – вплив бюджетно-фінансової децентралізації на фінансову спроможність місцевих бюджетів.

Метою написання *статті* є аналіз проблемних аспектів практичного реформування місцевого самоврядування на засадах децентралізації влади та пошук шляхів удосконалення формування фінансової незалежності об'єднаних територіальних громад.

Методологія проведення роботи – положення теорії фіскального федералізму, що відображає складні схеми взаємовідносин між бюджетами різних рівнів, концепція бюджетної децентралізації. Балансування фінансових ресурсів на рівні органів місцевого самоврядування для фінансування ними делегованих повноважень. Розроблено пропозиції зміцнення фінансової незалежності органів місцевого самоврядування.

Результати роботи – обґрунтовано необхідність започаткування нової моделі фінансового забезпечення місцевих бюджетів та міжбюджетних відносин, що передбачає процес розподілу функцій, прав, фінансових ресурсів та узгодженості між центральним і місцевими рівнями органів влади та управління. Проаналізовано зміни у формуванні доходів місцевих бюджетів. Проведено оцінку рівня бюджетної децентралізації. Запропоновано практичні рекомендації щодо розв'язання проблемних питань.

Висновки – бюджетна децентралізація має сприяти підвищенню фінансової спроможності місцевих бюджетів, зацікавленості органів місцевого самоврядування щодо розширення податкової бази, підвищенню відповідальності на місцях за регіональний розвиток, що потребує внесення змін до бюджетного законодавства щодо розподілу загальнодержавних податків між ланками бюджетної системи. Одним із шляхів фінансового забезпечення місцевих органів влади є визначення нового