

**Сергій Кулицький,**

кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Голосіївський просп., 3, Київ, 03039, Україна

e-mail: [kulitskysp@ukr.net](mailto:kulitskysp@ukr.net)

<https://orcid.org/0000-0001-5388-1807>

## **АНАЛІТИЧНІ ПРОДУКТИ НАУКОВОЇ БІБЛІОТЕКИ ЯК СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНИХ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ**

Статтю присвячено дослідженню можливостей використання аналітичних продуктів наукової бібліотеки для змістового наповнення міжнародних стратегічних комунікацій української економіки. Велика наукова бібліотека, завдяки широкому спектру джерел інформації та доступу до Інтернету, може продукувати для міжнародних стратегічних комунікацій суб'єктів української економіки різну аналітичну продукцію. Ці аналітичні продукти набувають форми повідомлень, наративів. Змістовий ряд аналітичних продуктів наукової бібліотеки для міжнародних стратегічних комунікацій української економіки містить аналітичні доповіді на теми зовнішньої торгівлі, трудової міграції, інвестиційного та фінансово-кредитного співробітництва. У статті розглянуто трансформацію структури української зовнішньої торгівлі у 2013–2018 рр., яка зазнала ефекту «чорного лебедя» внаслідок гібридної війни Росії проти України. Нині дуже гостро стоїть проблема товарної та географічної диверсифікації української зовнішньої торгівлі. Протягом останнього десятиріччя вагомих змін зазнавала географія трудової міграції української робочої сили за кордон. Частина трудових мігрантів переорієнтувалася з Росії на країни Європейського Союзу. Зростають вимоги до формування стратегічних комунікацій у сфері фінансових відносин України. Дедалі більшого значення набуває проблема прогнозованості траєкторії розвитку міжнародних фінансових відносин України.

*Ключові слова:* аналітичний продукт, зовнішня торгівля, економіка, інформація, міжнародні економічні відносини, наукова (універсальна) бібліотека, стратегічні комунікації, трудова міграція.

Українська економіка є експортно орієнтованою й імпоротно залежною водночас. Тобто вона глибоко інтегрована до системи міжнародного

поділу праці. Причому сучасна глобальна економіка вельми динамічна й надзвичайно складна структурно та функціонально. У ній діє багато різноманітних акторів, у тому числі вельми потужні транснаціональні корпорації. Причому останнім часом у світі відбуваються істотні геополітичні зрушення, зростає міграційна активність робочої сили й населення загалом. В економіці розвинутих країн упроваджуються новітні технологічні інновації і водночас актуалізуються глобальні проблеми захисту довкілля. Усе це сприяє загостренню економічної конкуренції на глобальному й регіональному рівнях. Наслідком перелічених зрушень у світі стало посилення невизначеності щодо майбутнього розвитку світової економіки. Відповідно, зросла роль інформаційного чинника як засобу подолання цієї невизначеності для розвитку будь-якої національної економіки. За таких обставин виключно важливого значення для ефективного функціонування та розвитку української економіки набуває формування її стратегії та пов'язаних із цим стратегічних комунікацій. Вагомий внесок у розв'язання цієї проблематики може зробити і почасти вже робить велика наукова (універсальна) бібліотека.

Однак поки що проблематика внеску наукової (універсальної) бібліотеки у формування стратегічних комунікацій української економіки відносно слабо висвітлюється в науковій літературі. Попри те що в професійній спільноті виключна роль інформаційної діяльності у функціонуванні економіки є аксіомою, що не підлягає сумнівам, праць, де цей взаємозв'язок розглядався би предметно, відносно небагато. Тим більше в літературі з проблематики стратегій економічного розвитку.

Зокрема, багато аспектів інформаційної діяльності в процесі формування стратегії економічної конкуренції проаналізовано М. Портером у своїй монографії. Але ймовірна діяльність бібліотек у цьому контексті не розглядається [1]. В іншій його праці, де фундаментально досліджуються теоретичні та практичні аспекти міжнародної конкуренції, включаючи відповідну стратегію компаній і пов'язану з цим урядову політику, інформаційні аспекти діяльності фірм, так би мовити, «вплетено» в основний наратив і не розглядаються окремо. Не аналізує він і в контексті міжнародної конкуренції пов'язану з цим діяльність бібліотек [2].

Тематику необхідної розвідувальної інформації, включаючи інформацію стратегічного плану, досліджують фахівці з конкурентної (підприємницької) розвідки [3]. Щоправда, роль бібліотек при цьому якщо і згадується, то, як правило, побіжно [4, с. 51].

Стратегічним комунікаціям, «як складовій зовнішньої політики міжнародних акторів і системи міжнародної взаємодії», присвячено підручник

колективу авторів, який видано за рекомендацією вченої ради Інституту міжнародних відносин Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Але в ньому практика стратегічних комунікацій розглядається, в основному, у сфері зовнішньої політики й безпеки. Наприклад, у назві розд. 8 підручника анонсовано економічні стратегічні комунікації КНР, тоді як у тексті цього розділу йдеться про розвиток китайської економіки, а стратегічні комунікації, як такі, не аналізуються. Хоча деякі теоретичні положення, висловлені в цій колективній праці, корисні для нашого аналізу [5].

Досліджуючи міжнародний досвід стратегічного аналізу для політики та бізнесу, Г. Почепцов побіжно зупиняється на деяких аспектах функціонування стратегічних комунікацій. Зокрема, він зазначає, що стратегічні комунікації функціонують у рамках віртуального простору, спираючись на інформаційний простір як форму. Тоді як тактично стратегічні комунікації повністю перебувають в інформаційному просторі [6, с. 241–242]. І хоча питання ролі бібліотек у формуванні стратегічних комунікацій української економіки не розглядається, монографія містить ряд положень, важливих для предмета цього дослідження.

Водночас інституційні основи механізму економічної дипломатії України розглядаються в роботі К. Фліссака. Невід'ємною складовою цього механізму є інформаційно-аналітичне забезпечення економічної дипломатії [7, с. 197–220]. Але при цьому автор не пов'язує процес інформаційно-аналітичного забезпечення економічної дипломатії з відповідною діяльністю наукової бібліотеки, а також формуванням на цій основі стратегічних комунікацій в економічній сфері. Хоча, акцентуючи увагу на функціях економічної дипломатії як засобу «реалізації поставлених завдань та досягнення стратегічних цілей», він виділяє такі функції економічної дипломатії, як інформаційна, аналітична, комунікативна (переговорна) та деякі інші, що містять інформаційну складову [7, с. 41–42].

Теоретичні та методичні положення інформаційно-аналітичної діяльності у сфері міжнародних відносин розглядаються в навчальному посібнику І. Муковського, А. Міщенко та М. Шевченка. У своїй праці автори більше уваги приділяють геополітичним аспектам цих відносин, ніж геоekonomічним. Однак при цьому в зазначеному посібнику інформаційно-аналітична діяльність бібліотек і їхні можливості у формуванні міжнародних стратегічних комунікацій України не розглядаються [8]. Водночас економісти, якщо навіть дуже детально аналізують інформаційну базу економічних досліджень, часто окремо не акцентують уваги

на відповідній аналітичній діяльності та аналітичній продукції великих наукових (універсальних) бібліотек [9].

З іншого боку, наукові праці, присвячені ролі бібліотек у формуванні стратегічних комунікацій, досліджують ці процеси переважно у сферах політичної діяльності, державного та місцевого управління, іноді – у соціально-історичному плані [10, 11]. Таким чином, проведений аналіз засвідчив, що на сьогодні в Україні явно відчувається брак наукових робіт, де б розглядалися можливості та потенційна роль бібліотек в інформаційному забезпеченні міжнародних стратегічних комунікацій української економіки. Тому метою цієї статті і є дослідження можливостей великої наукової (універсальної) бібліотеки для інформаційно-аналітичного забезпечення міжнародних стратегічних комунікацій української економіки. Емпіричною базою для перевірки висунутих концептуальних положень послужив багаторічний досвід і практичні результати роботи Служби інформаційно-аналітичного забезпечення органів державної влади Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського (СІАЗ НБУВ), а також використання фондів НБУВ разом із матеріалами, отримуваними з Інтернету.

Для досягнення зазначеної мети спочатку визначимо поняття «стратегічні комунікації у сфері міжнародних економічних відносин». Ці комунікації є складовою стратегічних комунікацій національної економіки загалом і генетично пов'язані зі стратегією економічного розвитку чи інакше – економічною стратегією. У цій праці стратегічні комунікації національної економіки у сфері міжнародних відносин розглядаються як інформаційно-аналітичні механізми та результати розроблення й реалізації найважливіших загальнонаціональних планів, програм і заходів у сфері міжнародних відносин, спрямованих на розвиток національної економіки, що ініційовані, координуються та регулюються органами державної влади та управління. Стратегічні ж комунікації компаній (підприємств) ініційовані, координуються та регулюються їхніми управліннями. Таким чином, до категорії стратегічних треба відносити зовнішні та внутрішні комунікації економічних об'єктів, значущі для їхнього розвитку в довготривалому періоді.

Водночас підхід до функціонування стратегічних комунікацій як до, так би мовити, інформаційної оболонки розроблення та реалізації стратегії розвитку певного об'єкта дає змогу запобігти ряду хиб, включаючи ймовірні негативні наслідки недружнього інформаційно-психологічного впливу на цей об'єкт із боку якихось суб'єктів (держав, компаній, організацій тощо) [12, с. 202–203].

Загальновідомо, що стандартна структура комунікації як такої включає джерело інформації (адресанта), механізми кодування / декодування повідомлення, повідомлення, канал зв'язку та отримувача інформації (адресата). Предметом цього дослідження є саме повідомлення у формі аналітичної продукції бібліотеки, що використовується для інформаційного забезпечення стратегічних комунікацій української економіки. Хоча й інші складові комунікації враховано відповідно до їхньої ролі у формуванні аналітичної продукції бібліотеки. Наприклад, це стосується тематики запитів на аналітичну продукцію (повідомлення) з боку отримувачів інформації або ж механізмів кодування при створенні повідомлень (аналітичної продукції).

Причому аналітична продукція (повідомлення), що передається від бібліотеки (адресанта) до замовника (адресата), часто набуває характеру нарративу. Як наголошують деякі дослідники, «у традиційному розумінні нарратив визначають як описовий текст певної послідовності подій, тобто як історію, розповідь, опис чи повідомлення» [13, с. 12]. У цій праці нарратив розглядається із соціально-інформаційних позицій як форма опису, тлумачення, оцінювання та прогнозування різних явищ і процесів у минулій, сучасній та майбутній життєдіяльності конкретного суспільства, що забезпечує інформаційно-психологічний супровід розвитку цього суспільства. У системі соціальних комунікацій нарративи пов'язані з формуванням і розвитком психологічних настанов та стереотипів індивідів, соціальних груп і відповідного суспільства в цілому [14, с. 50].

Тому при формуванні стратегічних комунікацій української економіки треба враховувати інформаційно-психологічні аспекти функціонування нарративів. Відомий американський аналітик Н. Таліб наголошує на так званій оманливості нарративу, яка, на його думку, проявляється в схильності та потребі людини оперувати історіями, тобто нанизувати факти на нитку причинно-наслідкових зв'язків або ув'язувати їх в інші структури [15, с. 76–95, 285].

Водночас український учений М. Ожеван наголошує, що «особливу важливість має просування у світовому просторі національних стратегічних нарративів, які визначаються як засіб для політичних дійових осіб побудови спільного змісту міжнародної політики для формування поведінки національних та міжнародних акторів» [5, с. 109]. Повною мірою це стосується й міжнародної економічної діяльності України.

Як свідчить практичний досвід СІАЗ НБУВ, саме велика наукова бібліотека, завдяки широкому спектру джерел інформації в поєднанні

з доступом до Інтернету, може продукувати для міжнародних стратегічних комунікацій суб'єктів української економіки аналітичні матеріали (наративи), які не лише характеризують процеси, що відбуваються на світових ринках, а й дають змогу сформуванню уявлення про цінності, інтереси, поінформованість та інші характеристики учасників цих ринків.

Так, наукові та аналітичні видання можуть містити теоретичні, методичні положення й емпіричні відомості щодо розвитку світової економіки та міжнародних відносин, необхідні для формування концептуальної основи різних аналітичних матеріалів. Громадсько-політичні й ділові друковані та електронні ЗМІ оперативно відображають різні аспекти міжнародних економічних відносин, описують умови, у яких вони формуються. Однак при аналізі повідомлень із цих джерел особливу увагу треба звертати на коректність поданої в них інформації. Адже комерційні інтереси ЗМІ, як свідчить досвід їх функціонування, можуть вступати в певні суперечності з вимогами всебічного й неупередженого висвітлення певної ситуації, об'єкта. Також значний матеріал для дослідження умов формування та функціонування міжнародних економічних відносин дають джерела різноманітної статистичної інформації, що містяться в бібліотечних фондах і доступні через Інтернет.

Упровадження інформаційно-комунікаційних технологій, особливо Інтернету, мало революційне значення для розвитку інформаційно-аналітичної діяльності бібліотек України загалом. Особливо наочно це проявилось у сфері підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів на міжнародну тематику, у тому числі економічного спрямування. Використання Інтернету створило передумови для радикального розв'язання проблеми доступності інформації про стан світової економіки, включаючи відповідні статистичні показники. Зокрема, до періоду широкого поширення Інтернету в Україні користуватися статистичними даними та звітами про функціонування різних сфер світової економіки на паперових носіях можна було в залі публікацій ООН НБУВ. Іншим бібліотекам України така інформація переважно була фізично недоступна. Причому відповідні документи надходили до залу публікацій ООН НБУВ зі значним запізненням, що було вагомою перешкодою для підготовки саме оперативних інформаційно-аналітичних матеріалів. До того ж спочатку надходили документи, надруковані англійською мовою, а пізніше – російською.

Таким чином, регулярно працювати в залі публікацій ООН НБУВ із матеріалами з питань розвитку світової економіки могли працівники

НБУВ і ті, хто проживав у Києві та його околицях. Для інших дослідників та організацій такі документи були недоступні фізично. Тобто в цьому випадку для різних суб'єктів інформаційно-аналітичної діяльності виникав свого роду ефект диференційної ренти за доступністю до джерел інформації. Так би мовити, аналог добре відомої в ринковій економіці диференційної ренти I за місцем розташування виробника / споживача товару.

Утім поширення Інтернету в Україні значно спростило доступ до міжнародної економічної та статистичної інформації для широкого кола фізичних і юридичних осіб, включаючи бібліотеки. Це, наприклад, проявилось в значному зростанні, особливо протягом останнього десятиріччя, кількості закордонних сайтів, на які науковці й інші дослідники в Україні посилаються у своїх працях. Щоправда, деякі перепони в цій сфері інформаційно-аналітичної діяльності все-таки залишилися. Насамперед це кваліфікація користувачів інформації щодо знання англійської мови та економіки. По-друге, це – фінансові обмеження, оскільки не будь-яку міжнародну (іноземну) економічну та статистичну інформацію можна отримати безкоштовно. Тобто в цьому випадку виникає подоба ефекту диференційної ренти II, коли переваги отримує той, хто витрачає ресурси, у тому числі й фінансові, на підвищення кваліфікації працівників інформаційної сфери та / чи купівлю інформації.

Підкреслимо, що надзвичайно важливу роль для поліпшення якості аналітичної продукції з міжнародно-економічної проблематики мало розширення можливостей доступу відповідних підрозділів бібліотек через Інтернет до першоджерел саме статистичної інформації. По-перше, кількісна характеристика соціально-економічних об'єктів, що надається статистикою, дає змогу набагато точніше й більш обґрунтовано досліджувати відповідні економічні явища та процеси. По-друге, саме кількісна характеристика соціально-економічних об'єктів дає змогу істотно зменшувати ступінь неоднозначного тлумачення різноманітних відношень у цих явищах і процесах, порівняно з тими випадками, коли зазначені соціально-економічні об'єкти описуються вербально без чіткого зазначення їхніх кількісних параметрів. Тобто використання Інтернету виступає важливим чинником коректного подання споживачеві інформаційно-аналітичних матеріалів з економічної проблематики.

Так, звернення з використанням Інтернету до звітності Світової сталеплавильної асоціації (World Steel Assotiation) за ряд років, включаючи різноманітну статистичну інформацію, у поєднанні з інформацією з українських (Державна служба статистики, Об'єднання підприємств

«Металургпром», спеціалізовані ділові сайти тощо) та деяких іноземних джерел дало змогу в стислі терміни в СІАЗ НБУВ підготувати у 2015 р. аналітичну записку з питань розвитку українського гірничо-металургійного комплексу. Підготовка аналогічного матеріалу із цієї проблеми на тому рівні аналізу, який було проведено, по суті, була неможлива за відсутності Інтернету. Так само залучення Інтернету до аналітичної роботи СІАЗ НБУВ для використання звітності міжнародних організацій (наприклад, «Довготермінового огляду перспектив розвитку газового сектору до 2035 року», підготовленого міжнародною асоціацією «Єврогаз») сприяло істотному поглибленню аналізу перспектив розвитку української газової промисловості як у контексті її міжнародних зв'язків, так і з огляду на ймовірні структурно-галузеві зміни в споживанні газу у Європі та Україні.

Огляд відповідних фахових праць і багаторічний досвід інформаційно-аналітичної діяльності СІАЗ НБУВ свідчить, що при формуванні міжнародних стратегічних комунікацій української економіки аналітична продукція великої наукової (універсальної) бібліотеки може бути корисною для:

- визначення / корекції українськими суб'єктами стратегічних цілей своєї діяльності у сфері міжнародних економічних відносин;
- кращого розуміння українськими учасниками сучасної ситуації у відповідних сферах (сегментах) міжнародних економічних відносин, проблем та вірогідних перспектив її розвитку;
- формування дискурсу відповідних комунікацій українськими учасниками міжнародних економічних відносин;
- формування українськими учасниками міжнародних економічних відносин необхідних їм стратегічних і тактичних наративів у сфері їхньої безпосередньої зовнішньоекономічної діяльності.

Особливо зростає потреба суб'єктів економіки в аналітичних матеріалах у періоди змін чи то в Україні, чи то у світі. Це, наприклад, підтверджується й частотою цитувань відповідних аналітичних робіт СІАЗ НБУВ у системі Google Scholar. До речі, саме в періоди значних економічних і соціально-політичних змін, через нестачу відповідної інформації, створюються особливо сприятливі умови для проявів згаданого вище ефекту «оманливості наративу».

Водночас багатоаспектний характер міжнародних економічних відносин обумовлює відповідну функціональну структуру інтересів України у її зовнішній економічній діяльності. Зокрема, сферами реалізації цих інтересів є зовнішня торгівля, трудова міграція, інвестиційне



та фінансово-кредитне співробітництво [7, с. 222]. По суті, ідеться про зовнішньоекономічну діяльність резидентів України на міжнародних ринках товарів і послуг, робочої сили, грошей та капіталів. Треба наголосити, що загалом зазначеній функціональній структурі інтересів України у її зовнішній економічній діяльності відповідає і змістовий ряд аналітичних матеріалів, які протягом багатьох років створювалися в СІАЗ НБУВ. При цьому, у зв'язку зі значною глибиною інтеграції вітчизняної економіки до системи міжнародного поділу праці, питання української зовнішньої торгівлі розглядалися не лише в спеціально підготовленій за цією темою аналітичній продукції, а й певним чином у матеріалах, присвячених розвитку ряду галузей і секторів української економіки. Наприклад, готувалися аналітичні матеріали з питань поточного стану, проблем і перспектив розвитку газової та фармацевтичної промисловості, чорної металургії, продовольчого й оборонно-промислового комплексів, фінансового сектору України тощо.

Російська гібридна агресія проти України поставила на порядок денний спектр проблем, у тому числі й зовнішньоекономічного характеру. На цей запит у СІАЗ НБУВ оперативно відреагували рядом аналітичних матеріалів, присвячених економічним аспектам гібридної війни Росії проти України.

Що ж стосується власне української зовнішньої торгівлі, то в аналітичних продуктах СІАЗ із цієї проблематики не лише констатувався поточний стан, а й окреслювалися тенденції розвитку експортно-імпортних операцій, формування торгового балансу України та визначалися проблеми розвитку української зовнішньої торгівлі. Наприклад, у період 2013–2018 рр., коли вітчизняна зовнішня торгівля зазнавала найбільших трансформацій, у СІАЗ НБУВ було спеціально підготовлено ряд аналітичних продуктів, присвячених проблемам розвитку саме цієї сфери економіки України.

Зокрема, уже в другій половині 2013 р. Росія розпочала запроваджувати всеосяжні адміністративні митні бар'єри, які блокували українським товарам доступ на російський ринок. Метою цих заходів було перешкодити підписанню Угоди про асоціацію та створення зони вільної торгівлі між Україною і Європейським Союзом. По суті, це був провісник майбутньої російської агресії. Хоча тоді не лише громадська думка, а й переважна більшість фахової спільноти (якщо судити з висловлювань у відкритих джерелах інформації) не передбачувала, які саме зміни відбуватимуться не лише у вітчизняній зовнішній торгівлі, а і в усій системі міжнародних економічних відносин України.

У подальшому дослідження, проведені в СІАЗ НБУВ і представлені у відповідних аналітичних продуктах (наприклад, проєкт «Україна: події, факти, коментарі»), засвідчили, що за останні понад шість років вітчизняна зовнішня торгівля зазнала впливу «чорних лебедів». «Чорний лебідь» – це подія, що відповідає трьом ознакам. «По-перше, це – виняткова, абсолютно несподівана й ніщо в минулому її не обіцяло. По-друге, вона справляє колосальний вплив... По-третє, людська природа змушує нас вигадувати їй пояснення заднім числом, відтак подія починає виглядати зрозумілою й передбачуваною» [15, с. 9–10]. Саме гібридна агресія Росії створила «чорного лебедя» для міжнародних економічних відносин України.

Утім аналіз української зовнішньої торгівлі дав змогу окреслити деякі напрями стратегічних дій (і відповідних стратегічних комунікацій) у вітчизняній зовнішній торгівлі, реалізація яких дала б змогу послабити негативний вплив «чорного лебедя» в цій сфері. Адже трансформація української зовнішньої торгівлі, що розпочалася в результаті глобальної фінансово-економічної кризи у 2008–2009 рр., починаючи з 2014 р., набула нових ознак, пов'язаних насамперед з гібридною війною Росії проти України.

Тому нині дуже гостро стоїть проблема товарної та географічної диверсифікації української зовнішньої торгівлі. Причому дуже актуальним для України є питання розвитку саме високотехнологічного експорту, який протягом тривалого часу орієнтувався саме на Росію та інші країни СНД. Важливо, щоб у процесі такої трансформації українська економіка не пішла шляхом деіндустріалізації. Звичайно, Україна повинна використовувати на світовому ринку свої конкурентні переваги у сфері виробництва продовольства. Тим більше що зростання світового попиту на продовольство робить його вагомим інструментом не лише у сфері геоekonomіки, а й у сфері геополітики. Але Україні при цьому вкрай важливо підвищувати у своєму експорті питому вагу продукції з високою часткою доданої вартості, особливо високотехнологічної. Тут діяльність бізнесу й держави повинна об'єднуватися на основі національної зовнішньоторговельної політики. Зокрема, підприємці та експерти доволі багато нарікають на незадовільну роботу посольств і торгових представництв України за кордоном з підтримки просування українських товарів та послуг на іноземні ринки.

Попри те що, на перший погляд, від «чорного лебедя» постраждала насамперед вітчизняна зовнішня торгівля, ці непередбачувані чинники вплинули й на інші сфери української зовнішньоекономічної діяльності.

Зокрема, це певною мірою стосується трудової міграції української робочої сили закордон. Протягом останнього десятиріччя цей процес зазнавав вагомих змін як у географічному аспекті, так і щодо його інтенсивності. Частина трудових мігрантів переорієнтувалася з Росії на країни Європейського Союзу.

Однак треба наголосити, що статистичної інформації про цю сферу української зовнішньоекономічної діяльності значно менше, ніж про зовнішню торгівлю. Офіційний прямий облік трудової міграції як такої, на відміну від звітності про зовнішню торгівлю практично відсутній. Лише останніми роками Державна служба статистики України проводить опитування з цього питання. Раніше цим займалися лише відповідні інститути НАН України, наприклад Інститут соціології, та різні дослідні й маркетингові організації. Вони, до речі, виконують цю роботу й нині. Деякі дані відомчої статистики дають часткове уявлення про соціально-економічні аспекти трудової міграції. Це стосується, наприклад, даних Державної прикордонної служби про перетин державного кордону громадянами України та іноземцями або ж даних Національного банку про приватні грошові перекази в Україну та за її межі. Таким чином, в основі статистичних даних про трудову міграцію в Україні лежать в основному результати оброблення різноманітних соціологічних опитувань, а не прямих статистичних спостережень (як у випадку з вітчизняною зовнішньою торгівлею).

Тому відмова від проведення загального перепису населення України дуже сильно перешкоджає формуванню репрезентативної бази даних про стан трудової міграції населення за межі нашої держави. Це, у свою чергу, створює додаткові перешкоди для формування державної стратегії та відповідних стратегічних комунікацій у цьому сегменті зовнішньоекономічної діяльності України.

До того ж дедалі ширше питання трудової міграції громадян України за межі країни, особливо протягом останнього десятиріччя, висвітлюють ЗМІ. Щоправда, змістовна якість таких повідомлень, а отже, і їх придатність для підготовки відповідних аналітичних продуктів різниться доволі сильно. Деякі публікації насичені статистичними даними, ілюстровані діаграмами та супроводжуються коментарем фахівців із питань міграції, що робить їх корисними для вчених і практиків у галузі економіки, соціології, соціальної психології тощо, а отже, придатними для формування стратегічних комунікацій у сфері закордонної трудової міграції. Є публікації, де тема трудової міграції в тих чи інших її сегментах опрацьована доволі ґрунтовно: наводяться статистичні дані про заробітки

в Україні та закордоном, представлено погляди експертів, проаналізовано мотивацію трудових мігрантів тощо. І вони, хоча й меншою мірою, ніж попередні, придатні для формування стратегічних комунікацій із питань трудової міграції. У тих же випадках, коли повідомлення в ЗМІ про трудову міграцію українців закордон представлено лише в публіцистичній формі, недостатньо репрезентативні за об'єктом, що висвітлюється, а умовиводи кореспондентів мають більше емоційне, ніж раціональне обґрунтування, то можливості використання подібної інформації для формування відповідних стратегічних комунікацій є вкрай обмеженими.

Досвід роботи СІАЗ НБУВ доводить, що опрацювання згаданих вище видів джерел дає змогу бібліотекам створювати аналітичні продукти, придатні для інформаційного наповнення стратегічних комунікацій у сфері закордонної трудової міграції громадян України. Утім великою проблемою для формування цих комунікацій, що заслуговує на окреме дослідження, є проблема адресата. Адже специфіка населення, як одного з адресатів таких комунікацій, полягає в такому. Інформаційна діяльність населення та пов'язане з нею ухвалення економічних (господарських) рішень здійснюється індивідуально або в невеликих групах. Невисокий професійний рівень значної частини населення у сфері економіки обмежує його можливості в аналізі відповідної інформації. Переважна частина населення ухвалює економічні рішення на підставі власного досвіду та інтуїції, нерідко під впливом емоцій. Все це в поєднанні зі значною недовірою до владних інституцій створює вагомі перешкоди для функціонування стратегічних комунікацій у сфері зовнішньої трудової міграції населення України.

Також досвід аналітичної роботи наукової бібліотеки свідчить, що подальша інтернаціоналізація вітчизняної економіки висуває нові вимоги до формування стратегічних комунікацій у сфері фінансових відносин України. Наприклад, значні обсяги фінансових операцій, пов'язаних з обслуговуванням боргових зобов'язань нашої держави, у тому числі й міжнародних, дуже сильно впливають на формування платіжного балансу та розвиток економіки України загалом. Причому останнім часом Україна взяла курс на зміну співвідношення сум державного боргу номінованого в іноземних валютах і в гривні в бік збільшення останньої. Це проявилось в зростанні протягом 2019 р. у 18,2 раза обсягів продажу облігацій внутрішньої державної позики (ОВДП) нерезидентам України (іноземцям).

Таке стрімке зростання обсягів ОВДП у власності іноземців стало можливим завдяки відкриттю доступу іноземних портфельних інвесторів

до українського фондового ринку через міжнародну систему торгівлі цінними паперами «Clearstream». Причому до початку підключення українського фондового ринку до міжнародної системи «Clearstream» Міністерство фінансів і Національний банк України готувалися ґрунтовно й протягом тривалого періоду часу.

Однак потужна експансія іноземців на ринок ОВДП призвела до зміцнення гривні. Наслідком цього стало недоотримання державою доходів від мита на імпортні товари та деяких інших податкових платежів через непрогнозоване зміцнення гривні та невиконання Державного бюджету на 2019 рік по доходах. Тому дедалі більшого стратегічного значення для України набуває проблема прогнозованості траєкторії розвитку її міжнародних фінансових відносин. За таких обставин зростає потреба в побудові варіантів сценаріїв розвитку економічної ситуації в Україні відповідно до вірогідного перебігу подій у світовій економіці. Досвід роботи СІАЗ НБУВ, у свою чергу, свідчить, що відповідні аналітичні матеріали можуть використовуватися в процесі формування стратегічних комунікацій української економіки.

### Список бібліографічних посилань

1. Портер М. Е. Стратегія конкуренції. Київ : Основи, 1997. 390 с.
2. Портер М. Международная конкуренция. М. : Междунар. отношения, 1993. 896 с.
3. Херринг Я. П. Основные темы разведывательной информации: процесс выявления и конкретизации потребностей организации. *Конкурентная разведка: Уроки из окопов* / под ред. Д. Прескотта и С. Миллера. М. : Альпина Паблишер, 2003. С. 256–274.
4. Хант Ч., Зартарьян В. Разведка на службе вашего предприятия. Киев : Укрзакордонвизасервис, 1992. 160 с.
5. Стратегічні комунікації. Київ : Вадекс, 2019. 446 с.
6. Почепцов Г. Г. Стратегический анализ: стратегический анализ для политики, бизнеса и военного дела. Київ : Дзвін, 2004. 336 с.
7. Фліссак К. А. Економічна дипломатія у системі забезпечення національних інтересів України. Тернопіль : Новий колір, 2016. 812 с.
8. Муковський І. Т., Міщенко А. Г., Шевченко М. М. Інформаційно-аналітична діяльність у міжнародних відносинах. Київ : Кондор, 2012. 224 с.
9. Антошкіна Л. І., Стеченко Д. М. Методологія економічних досліджень. Київ : Знання, 2015. 311 с.

10. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Київ, 2019. Вип. 52. URL: [http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=52&Itemid=409](http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=52&Itemid=409).<https://doi.org/10.15407/np.52>.

11. Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. Київ, 2019. Вип. 53. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/naukprazi/53.pdf>.<https://doi.org/10.15407/np.53>.

12. Кулицький С. Аналітична діяльність бібліотеки як засіб ідентифікації, верифікації та позиціонування стратегічних комунікацій національної економіки. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. Київ, 2019. Вип. 52. С. 199–214. <https://doi.org/10.15407/np.52.199>.

13. Тимчук Л. І. Цифрові наративи в навчанні майбутніх магістрів освіти: історія, реалії, перспективи розвитку. Київ : САММІТ – КНИГА, 2016. 390 с.

14. Кулицький С. Теоретико-методичні аспекти бібліотечного соціально-комунікативного дослідження економічних наративів трансформаційного суспільства. *Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського*. 2019. Вип. 50. С. 47–64. <https://doi.org/10.15407/np.50.047>.

15. Талєб Н. Н. Чорний лебідь. Про (не)ймовірне у реальному житті. Київ : Наш формат, 2017. 392 с.

## References

1. Porter, M. E. (1997). *Stratehiia konkurentsii* [Competitive Strategy]. Kyiv: Osnovy [in Ukrainian].

2. Porter, M. E. (1993). *Mezhdunarodnaia konkurenciia* [The Competitive Advantage of Nations]. Moscow: Mezhdunarodnye otnosheniia [in Russian].

3. Herring, Ya. P. (2003). *Osnovnye temy razvedyvatelnoi informacii: process vyivleniia i konkretizacii potrebnosti organizacii* [The main topics of intelligence information: the process of identifying and concretizing the needs of an organization]. *Konkurentnaja razvedka: Uroki iz okopov – Proven Strategies in Competitive Intelligence: Lessons from the Trenches*, pp. 256–274. Moscow: Alpina Publisher [in Russian].

4. Hant, Ch., Zartarian, V. (1992). *Razvedka na sluzhbe vashego predpriatiia* [Intelligence in the Service of your Company]. Kiev: Ukrzakordonviza-servis [in Russian].

5. *Stratehichni komunikatsii* [Strategic Communications]. (2019). Kyiv: Vadeks [in Ukrainian].

6. Pocheptsov, G. G. (2004). *Strategicheskii analiz: strategicheskii analiz*

dliia politiki, biznesa i voennogo dela [Strategic analysis: strategic analysis for politics, business and military affairs]. Kyiv: Dzvyn [in Russian].

7. Flissak, K. A. (2016). Ekonomichna dyplomatia u systemi zabezpechennia natsionalnykh interesiv Ukrainy [Economic Diplomacy in the System of Ensuring the National Interests of Ukraine]. Ternopil: Novyi kolir [in Ukrainian].

8. Mukovskiy, I. T., Mischenko, A. H., Shevchenko M. M. (2012). Informatsijno-analitychna diialnist v mizhnarodnykh vidnosynakh [Information and analytical activities in international relations]. Kyiv: Kondor [in Ukrainian].

9. Antoshkina, L. I., Stechenko, D. M. (2015). Metodolohiia ekonomichnykh doslidzhen [Methodology of economic research]. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].

10. Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho [Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine]. (2019). Issue 52. Kyiv [in Ukrainian]. Retrieved from [http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=52&Itemid=409](http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=52&Itemid=409). <https://doi.org/10.15407/np.52>.

11. Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho [Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine]. (2019). Issue 53. Retrieved from <http://nbuviap.gov.ua/images/naukprazi/53.pdf>. <https://doi.org/10.15407/np.53>. Kyiv [in Ukrainian].

12. Kulytskyi, S. (2019). Analitychna diialnist biblioteki yak zasib identyfikatsii, veryfikatsii ta pozysionuvannia stratehichnykh komunikatsii natsionalnoi ekonomiky [Analytical activity of the library as a means of identification, verification and positioning of strategic communications of the national economy]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 52, pp. 199–214. <https://doi.org/10.15407/np.52.199>. Kyiv [in Ukrainian].

13. Tymchuk, L. I. (2016). Tsyfrovi naratyvy v navchanni maibutnykh mahfstriv osvity: istoriia, realii, perspektyvy rozvytku [Digital Narratives in the Training of Future Magistrates of Education: History, Realities, Prospects of Development]. Kyiv: SAMMIT–KNYHA [in Ukrainian].

14. Kulytskyi, S. (2018). Teoretyko-metodychni aspekty bibliotechnoho sotsialno-komunikatyvnoho doslidzhennia ekonomichnykh naratyviv transformatsiinoho suspilstva [Theoretical and methodical aspects of the library socio-communicative research of economic narratives of a transformational society]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy im. V. I. Vernadskoho – Transactions of V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 50, pp. 47–64. <https://doi.org/10.15407/np.50.047>. Kyiv [in Ukrainian].

15. Taleb, N. N. (2017). Chornyi lebid. Pro (ne)imovirne u realnomu zhytti [The Black Swan. The Impact of the Highly Improbable]. Kyiv: Nash format [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 03.01.2020.

**Sergii Kulytskyi,**

PhD (Economics), Senior Researcher, Assistant Professor,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

3 Holosiivskyi Ave., Kyiv 03039, Ukraine

e-mail: kulitskysp@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0001-5388-1807>

**Analytical Products of a Scientific Library as a Component of Information Support of International Strategic Communications of the Ukrainian Economy**

The article presents the research of the possibilities of using analytical products of a scientific library for the substantive content of international strategic communications of the Ukrainian economy. The large scientific library, due to its wide range of sources of information and access to the Internet, can produce various analytical products for international strategic communications of the Ukrainian economy. These analytical products take form of messages, narratives. When forming international strategic communications of the Ukrainian economy, analytical products of the scientific library could be used to determine the strategic goals of participants in international economic relations; international economic relations and prospects for their development; formation of strategic narratives and discourse of these communications by participants of international economic relations. The content of analytical products of the scientific library for international strategic communications of the Ukrainian economy includes analytical reports on issues of foreign trade, labor migration, investment and financial-credit cooperation. As well the article deals with the transformation of the structure of Ukrainian international trade in 2013–2018, which had suffered from the Black Swan effect as a result of Russia's hybrid war against Ukraine. Now the problem of commodity and geographical diversification of Ukrainian international trade is very acute. Over the last decade the geography of labor migration of the Ukrainian workforce has undergone significant changes. Proportion of migrant workers have shifted from Russia to European Union countries. Requirements for forming strategic communications in the sphere of financial relations of Ukraine are growing. The problem of predictability of the trajectory of development of Ukraine's international financial relations is becoming increasingly important.

*Keywords:* analytical product, international trade, economy, information, international economic relations, scientific (universal) library, strategic communications, labor migration.