

UKRAINIAN JOURNAL  
ЕКОНОМІСТ #12/2021

2021

# UKRAINIAN JOURNAL ЕКОНОМІСТ

#12

ПОДІЇ, ОСОБИСТОСТІ та ІДЕЇ, ДОСЛІДЖЕННЯ та ПРОГНОЗИ  
EVENTS, PERSONS & IDEAS, RESEARCHES & FORECASTS





*Існує китайське прокляття, що говорить:  
«Нехай він живе у цікаві часи».  
Подобається нам це чи ні,  
але ми живемо в цікаві часи...*

*Роберт КЕННЕДІ*

## 2021-го грудень

*Все-таки ми живемо у цікавий час...  
Звичайно приємно, коли через кілька  
років представники громади позитивно  
оцінюють результати твоєї роботи  
та ще й на сторінках газети Верховної  
Ради, хоча тоді, одразу після  
Євромайдану і початку російської  
агресії, часи теж були дуже цікавими...  
А так хотілося б пожити в Україні,  
про яку розповідають чиновники у своїх  
доповідях, із щорічно зростаючим ВВП,  
500-доларовою середньою зарплатою,  
відремонтованими дорогами  
та протидією корупції. Може вона  
десь і існує, така-собі чи то «країна  
у смартфоні», чи то у паралельній  
звітно-довідній реальності, а ми  
її просто не помічаємо?  
Але перспективи в нас чудові,  
варто у цьому переконатися хоча б  
ознайомившись із роботами майбутніх  
українських економістів.*

*На економіку впливає все!*

*З повагою до наших передплатників  
і читачів та найкращими  
побажаннями у Новому році  
головний редактор, к.е.н.,  
заслужений економіст України  
академік Академії економічних наук  
України Олексій Мірошніченко*

## ЗМІСТ

<b>У Світі</b>	2
<b>В Україні</b>	4
<b>Економічна думка</b>	
Ми всі – добросерді вчені, стали на помилковий шлях надії на соціалістичні ідеї... (інтерв'ю з Нобелівським лауреатом Полом Самуельсоном)	6
Про економіку відверто...	10
<b>Країна, регіон, громада</b>	
О.ІВАШКО Рівний шлях Кривого Озера	11
<b>Наукова дискусія</b>	
Матеріали Всеукраїнських наукових економічних читань «СУЧАСНІ ТРЕНДИ МОРЕГОСПОДАРЮВАННЯ» (НУК, 1-2 грудня 2021 р.):	14
- Економічна політика України в контексті розвитку світової економіки	14
- Цифровізація економіки як пріоритетний напрям піднесення морської індустрії	47
- Фінанси сталого розвитку	70
- Драйвери та тренди управління морським господарським комплексом	81
- Цифрові технології в обліку, аналізі та аудиті	96
Конкурс наукових есе «СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ»	109
<b>Аналітика, статті, публікації</b>	
Г.ЄФІМОВА, І.СЕМІЛЕТ Франчайзинг як форма ведення бізнесу: міжнародний досвід та перспективи розвитку в Україні	116

---

*Роберт Френсіс Кеннеді (20.11.1925, Бруклайн, США – 06.06.1968, Лос-Анджелес, США) – американський політик і державний діяч, помер після поранення під час президентської виборчої кампанії, один з двох молодших братів вбитого президента Джона Ф. Кеннеді. Наведено цитату з «Промови надії» перед членами Національної спілки студентів Південної Африки в Університеті Кейптауна (ПАР, 6 червня 1966 р.), що вважається його найбільшим і найвідомішим виступом. Сучасними дослідниками не підтверджується китайське походження наведеного виразу і приводяться такі приклади як «краще бути собакою в епоху спокою, ніж людиною в епоху хаосу» та «світ, що змінюється, породжує героїв» (ред.)*

The varietal composition of vines cultivated in Transcarpathia is diverse and has about 150 names, among which about 30 are used in winemaking. Decent wines are made from such European varieties as Pinot Noir, Cabernet Sauvignon, Merlot, Bastardo, Traminer Pink, Mueller-Thurgau, Pinot Grigio, Pinot Blanc, Riesling Rhine. Château Chizay produces wines from Hungarian varieties (Furmint, Cheresegi) and Western European Muscat Otonel. The iconic wine of this producer "Rose of the Carpathians", which is used variety – Traminer Pink.

Sparkling wines, cognacs (brandies), still and fortified wines are made from Ukrainian wine material. It will be recalled that according to EU legislation and requirements, by 2026, manufacturers must abandon the names "Champagne" and "Cognac". Today there are about 180 producers in Ukrainian winemaking. Among them, 61 are small producers, who have recently been able to legalize themselves due to legislative amendments. In 2017-2018, the production of wine materials grew steadily, on average by 5%, a significant increase in the production of wine material for cognacs (brands) by 25%. In 2018, Ukraine produced 40% less still and sparkling wines than in 2013. At the same time, if the market for still wines gradually grew after the collapse in 2014, the segment of sparkling wines can be called volatile. In 2018, the production of still wines in Ukraine increased by almost 1.5% compared to 2017. Sparkling production fell by 8%.

The Ukrainian wine market is promising both in terms of exports and imports. And the most farsighted operators understand this and seem to be using it successfully. In recent years, exports of Ukrainian wine to Europe have increased several

times, Ukrainian wine is becoming significantly more popular in the EU. There is success in the UK, which is considered a demonstration podium for the world's wine traders. If you look at the figures of the last five years, the wine market, in terms of sales and imports, has not changed significantly. There was a rapid growth until 2013-14, now the situation is stable. At present, Ukraine needs to focus on realizing its export potential.

#### Список використаних джерел:

1. Hanna V. Yefimova. Restructuring of ship-building enterprises as the basis of their economic growth. Economics and Management of other activities.(2015). pp. 127
2. Leihui, Chenshou. An Empirical Study on the Performance of Different Asset Reorganization Methods Based on long term Excess Rate of Return[J]. Finance and Economics.Theory and Practice.2009(05): pp. 45-49
3. Zengzhihong, Talking about the motivations, models and challenges of large scale enterprise mergers and acquisitions[J]. Business news,2019(32): pp. 88-89
4. Huijie Cui, Sidney Chi-Moon Leung. The long-run performance of acquiring firms in mergers and acquisitions: Does managerial ability matter?[J].Journal of Contemporary Accounting & Economics, 2020,16(1).
5. Lizhengke, Probing into the risk prevention of mergers and acquisitions of listed companies. Time Finance,2018(36): pp. 192-194
6. Chihaiyan, Mayehua. Comparative analysis of various asset reorganization methods[J]. Shanghai Finance,2000(01): pp. 35-38

УДК 658.15

## ПОБУДОВА СТРАТЕГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ВИНОРІБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Андрій Зінченко, Павло Колбешкін*

Вітчизняні виноробні підприємства, які мають тенденцію до застосування експортно-орієнтованої стратегії та залучення існуючого стратегічного потенціалу, відчувають потребу в сталості та передбачуваності економічних процесів. Саме тому збільшується вагомість методичних підходів до формування та реалізації стратегії розвитку виноробних підприємств, яка має враховувати їхню унікальність та специфічність, створюючи індивідуальний стратегічний профіль на зовнішньому ринку.

Однією з найбільш поширених і потенційно

придатних для формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок є модель стратегічного управління А. Д. Літла ADL/LC [1]. Відповідно до базових теоретичних постулатів моделі ADL/LC стратегічне позиціонування підприємства виходить із визначення підсумкової конкурентної позиції її окремих видів бізнесу в залежності від зовнішніх передумов, насамперед галузевих і технологічних факторів, стадії життєвого циклу як самого підприємства, так і створюваних ним продуктів. Визначення стратегічної позиції підприємства відбувається за двома

*А.Зінченко – кандидат економічних наук, доцент, Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, П.Колбешкін – магістрант, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

© А.Зінченко, П.Колбешкін, 2021

критеріями – стадія життєвого циклу виду бізнесу і конкурентного становища даних видів бізнесу в своїй галузі господарювання (домінуюча, сильна, помітна, міцна чи слабка). Кожен напрям діяльності підприємства аналізується окремо з тією метою, щоб з'ясувати стадію розвитку галузі та всередині неї конкурентне становище. Таким чином, стратегічна матриця ADL містить 20 складових, які утворені 4 стадіями життєвого циклу досліджуваної галузі і 5 можливими конкурентними позиціями. Стадії життєвого циклу досліджуваної галузі в матриці вказуються по осі Y. Вони характеризуються такими факторами: динамікою обсягів виручки від реалізації продуктів підприємства, передбачуваністю приросту виручки від реалізації, динамікою асортиментної лінії, числом конкурентів і їх часткою ринку у відсотках від загальної виручки, особливістю розподілу ринку збуту, постійністю споживачів, наявністю стартових бар'єрів, застосовуваної технології виробництва (збуту) продукції.

Основним показником, що застосовуються для балансування бізнес-портфелю і відображення внеску кожного напрямку діяльності в успішність підприємства, є RONA-граф [2]. Граф являє собою матрицю, складену з двох параметрів - відносного показника RONA (%) та рівня реінвестицій, в якій схематично відображається ефективність кожного бізнесу в зазначених координатах.

Таким чином, формується фактичний профіль підприємства з позиції генерування грошового потоку кожним напрямом експортної діяльності. Автори розробляли даний підхід для галузей, в яких життєвий цикл продукту короткий і які можуть не досягти цілі, якщо вчасно не буде застосована необхідна стратегія – тобто цей інструментарій цілком придатний для використання в виноробстві.

Незважаючи на конкретний характер цільового показника ефективності експортної діяльності підприємства, методика ADL/LC не позбавлена недоліків з позиції формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок, так як:

- спрямована на аналіз ефективності конкретного напрямку діяльності, а не стратегії підприємства в цілому, тому відсутній механізм визначення мети в рамках підприємства і оцінки результативності її поточної діяльності;

- в якості ключового критерію ефективності використовуються коефіцієнти, засновані на показнику NI «чистий дохід», що не враховує обсяги реальних інвестицій капітального характеру, таким чином, акцент зроблений лише на поточну операційну діяльність; також наслідком

*Andriy Zinchenko, PhD (Economics), associate professor, Admiral Makarov National University of Shipbuilding  
Pavlo Kolbeshkin, National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute named after Igor Sikorsky»*

### **The construction of a strategic profile of a winery**

*The application of the ADL / LC model for the formation of the strategy of entry of wineries into foreign markets is substantiated. The indicators used to balance the business portfolio are identified. The shortcomings of the ADL / LC model are described and the ways of their neutralization in the process of development of export-oriented strategy of wineries are suggested.*

*Keywords: winemaking, ADL/LC model, export strategy*

трансформаційних змін даних показників цілком може стати ситуація, при якій напрям діяльності буде позитивно охарактеризований в побудованій системі координат, однак підприємство поступово втрачає конкурентний потенціал в даній галузі через відставання від конкурентів за темпом приросту виручки або частки ринку;

- не враховується можливий вплив динаміки ключових макроекономічних індикаторів в регіонах господарської присутності на ефективність поточної і перспективної діяльності підприємства на даних ринках.

Таким чином, існуючий підхід ADL/LC потребує доопрацювання в частині конкретизації рекомендованого інструментарію формування експортно-орієнтованої стратегії для виноробних підприємств.

Не відкидаючи в цілому ресурсну концепцію управління і роль внутрішніх чинників формування конкурентоспроможності (володіння унікальними ресурсами і здібностями) в досягненні стратегічного фінансового успіху підприємств на зовнішніх ринках, слід висунути гіпотезу про домінуючу силу зовнішніх факторів в досягненні успіху, таких як макроекономічна динаміка, життєві та технологічні цикли продуктів і галузей, політичні і соціальні чинники, виходячи з цього процес стратегічного цілепокладання повинен будуватися на методі дедукції – від визначення загальних умов і факторів успіху до формування цільових показників довгострокової експортної діяльності виноробних підприємств.

### **Список використаних джерел:**

1. Van Vliet, V. (2019). ADL Matrix. Retrieved [03.11.2021] from ToolsHero: <https://www.toolshero.com/strategy/adl-matrix/>
2. Kalaman O., Savenko I., Dolynska O. Conceptual positions of enterprise strategy functioning. Food Industry Economics. 2019. Vol.11, Issue 3. P. 50-58.

## ЩОМІСЯЧНЕ НАУКОВО-ПРАКТИЧНЕ ВИДАННЯ



Виходив з 1904 по 1914 рр.

Відновлено з 1997 року

(св-во КВ №2308 від 05.12.1996 р.)

ISSN 1810-3944

Ел. пошта: [ukreconomist@ukr.net](mailto:ukreconomist@ukr.net)

Тимчасова редакція

Головний редактор О. Мірошниченко

Засновник та видавець Ю. Коваленко  
(св-во КВ №24973-14913Р від 09.09.2021 р.)  
04060, м. Київ-60, вул. Орлівська, 15, к. 112

Видання здійснено за сприяння  
ГО «Інститут перспективних досліджень»  
(св-во про внесення суб'єкта видавничої  
справи до Державного реєстру видавців та  
розповсюджувачів видавничої продукції  
ДК №4656 від 18.11.2013 р.)

Підп. до друку: 20.12.2021 р.  
Замовл. № 2021/12

Тираж 300 прим.

При підготовці номера використовувалася  
інформація та матеріали з загально-  
доступних джерел, у т.ч.:

<https://www.president.gov.ua/>  
<https://zakon.rada.gov.ua/>  
<https://www.kmi.gov.ua/>  
<https://www.rnbo.gov.ua/>  
<https://www.me.gov.ua/>  
[https://minagro.gov.ua](https://minagro.gov.ua/)  
<https://www.mil.gov.ua/>  
<https://minjust.gov.ua/>  
<http://nrcu.gov.ua/>  
<https://news.un.org>  
<https://uk.wikipedia.org>  
<https://ru.wikipedia.org>  
<https://www.eurointegration.com.ua>  
<https://tsn.ua>  
<https://baltnews.lt>  
<https://www.golosameriki.com>  
<https://www.dn.com>  
<https://www.foxnews.com>  
<https://www.bel.fi>  
<https://spektr.press>  
<http://nuos.edu.ua/>

## ДО УВАГИ АВТОРІВ

Редакція журналу «Економіст» запрошує до авторської участі наукових співробітників, викладачів, аспірантів і докторантів, працівників підприємств, установ, господарських органів, представників ділових кіл. При розгляді пріоритет надається науковим публікаціям фундаментального та прикладного характеру, дискусійним матеріалам, а також опису успішних проектів розвитку підприємств і організацій вітчизняного бізнесу та територіальних громад.

Редакція не має можливості листуватися з приводу надісланих рукописів та повертати не замовлені матеріали, авторський гонорар не виплачується. Публікація наукових матеріалів здійснюється за умов мінімального авторського співфінансування завдяки благодійній та спонсорській допомозі.

До друку приймаються публікації в електронному вигляді: формат А4 (210x297 мм); шрифт Times New Roman (14 pt); міжрядковий інтервал – 1,5; верхнє, нижнє, ліве поля – 20 мм, праве – 10 мм.

Українською й англійською мовами подаються:  
- назва статті,  
- ім'я та прізвище автора (авторів), науковий ступінь, вчене звання, місце роботи, посада та ін. дані;  
- анотація (3-6 речень).

Публікація має містити такі елементи (окремо не виділяються): чітка постановка проблеми; стислі, але зрозуміло викладені результати інших дослідників; мета дослідження; логічно сформульовані виклад дослідження, основні думки та пропозиції; висновки про досягнуті результати та перспективи подальших досліджень; список використаних джерел.

Список використаних джерел формується у порядку появи посилань у тексті. Бібліографічний опис списку використаних джерел оформлюється згідно Національного стандарту України ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання».