

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

ISSN 2520-2294 (print)
ISSN 2709-5444 (online)



№ 1 (69) / 2023



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«ІНТЕРНАУКА».**

Серія: «Економічні науки»

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA».**

Series: «Economic sciences»

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

*Свідоцтво
про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 22443-12343Р*

№ 1 (69)

Київ 2023

ББК 65
УДК 33
М-43



Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» представлено в: **Index Copernicus International (ICI); Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: Index Copernicus International (ICI); Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Наукова періодика України; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Electronic Journals Library; Open J-Gate; Academic keys; Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

Видання включене до Переліку наукових фахових видань МОН України (категорія «Б»)

Наказ МОН України № 1643 від 28.12.2019

Спеціальності:

051 Економіка

071 Облік і оподаткування

072 Фінанси, банківська справа та страхування

073 Менеджмент

075 Маркетинг

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

241 Готельно-ресторанна справа

281 Публічне управління та адміністрування

292 Міжнародні економічні відносини

Засновники:

1. Київський кооперативний інститут бізнесу і права.
2. Приватна установа «Науково-дослідний інститут публічного права».
3. Громадська організація «Міжнародна академія освіти і науки».
4. Товариство з обмеженою відповідальністю «Фінансова Рада України».

У журналі опубліковані наукові статті з актуальних проблем економічної науки.

Для наукових працівників, викладачів, студентів економічних спеціальностей, працівників фінансово-кредитних установ та підприємницьких структур й інших зацікавлених осіб.

Матеріали публікуються мовою оригіналу в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

У відповідності із Законом України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей і матеріалів цієї збірки, посилання на авторів та видання є обов'язковими.

© Автори статей, 2023

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2023

ISSN 2520-2294 = Internauka. Seria: Ekonomicheskie nauki (Kiev)/Mezhdunarodnyj nauchnyj zhurnal "Internauka".
Seria: Ekonomicheskie nauki

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор, в.о. ректора Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Редакційна колегія:

Бардаш Сергій Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Безверхий Костянтин Вікторович — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Белялов Талят Енверович — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри підприємництва та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Гринько Алла Павлівна — доктор економічних наук, професор, декан факультету менеджменту Харківського державного університету харчування та торгівлі (Харків, Україна)

Дмитренко Ірина Миколаївна — доктор економічних наук, доцент, професор Національного центру обліку та аудиту Національної академії статистики, обліку та аудиту (Київ, Україна)

Зось-Кіор Микола Валерійович — доктор економічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту і логістики Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка (Полтава, Україна)

Ільїн Валерій Юрійович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, контролю та оподаткування агробізнесу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (Київ, Україна)

Клочан В'ячеслав Васильович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Миколаївського національного аграрного університету (Миколаїв, Україна)

Красноручський Олексій Олександрович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка (Харків, Україна)

Курило Людмила Ізидорівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Київ, Україна)

Левицька Світлана Олексіївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і аудиту Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)

Назаренко Інна Миколаївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічного контролю та аудиту Сумського національного університету (Суми, Україна)

Олійник-Данн Олена Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Охріменко Ігор Віталійович — доктор економічних наук, професор, проректор з навчальної та наукової роботи Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Паска Ігор Миколайович — доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Білоцерківського національного аграрного університету (Біла Церква, Україна)

Русіна Юлія Олександрівна — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Скриньковський Руслан Миколайович — кандидат економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій Закладу вищої освіти «Львівський університет бізнесу та права» (Львів, Україна)

Сопко Валерія Василівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку та оподаткування Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Танклевська Наталія Станіславівна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів Херсонського державного аграрного університету (Херсон, Україна)

Тарасенко Ірина Олексіївна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Токар Володимир Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Фоміна Олена Володимирівна — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку та оподаткування Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Ходжаян Аліна Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Horska Elena — Dr.h.c.Prof. Dr. Ing Professor Marketing and Management, Dean of the Faculty of Economics and Management of the Slovak University of Agriculture in Nitra (Slovak Republic)

Imamov Khamdilla — PhD, доцент Ташкентського державного економічного університету (Ташкент, Узбекистан)

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА

- Vasylyna Orysia**
ADVANTAGES OF COOPERATION IN THE ORGANIC SPHERE..... 9
- Зеліско Наталія Богданівна**
СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ
ЇЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ 14
- Влащенко Наталія Миколаївна, Оболенцева Лариса Володимирівна,
Писарева Ірина Володимирівна**
ЗМІСТ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ 19
- Графська Орислава Іванівна, Головчук Юлія Олександрівна, Никига Оксана Василівна**
ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ..... 24
- Далик Володимир Петрович, Ільчишин Микола Зіновійович, Денека Василь Романович,
Ярмус Степан Станіславович, Феник Володимир Орестович, Візняк Юрій Ярославович**
ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТА РОЗМІЩЕННЯ
ВИРОБНИЦТВА БІЗНЕС-СТРУКТУРИ З ОПТИМАЛЬНИМ РОЗПОДІЛОМ
ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ РИЗИКУ 28
- Жмуденко Вікторія Олександрівна, Дяченко Микола Іванович**
ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ...37

МАРКЕТИНГ

- Сідельніков Данило Сергійович**
СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: ГНОСЕОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД..... 43
- Zhylinska Oksana, Kovalenko Viktoriia**
STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT: ESSENCE AND PECULIARITIES 48
- Зеркаль Анастасія Вікторівна, Балабуха Катерина Євгенівна**
МАРКЕТИНГ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ: ПОБУДОВА КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ
ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ 54

МЕНЕДЖМЕНТ

- Дудник Олена Василівна, Полякова Олена Миколаївна**
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПІДХОДИ В ПРОЄКТНОМУ УПРАВЛІННІ 60
- Леськова Світлана Василівна**
СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА..... 67

Павленчик Наталія Федорівна, Павловські Гжегож, Мисюк Ірина Володимирівна,
Тиркало Юрій Євгенійович, Куриліна Оксана Василівна
МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У МЕНЕДЖМЕНТІ 74

Погребняк Андрій Тарасович
ОПТИМІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ
В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ І РИЗИКУ 80

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Гуріна Ганна Сергіївна, Бугайко Дмитро Олександрович, Заблоцька Ріта Олександрівна,
Корж Марина Володимирівна, Сидоренко Катерина Вікторівна
НАЦІОНАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ УКРАЇНИ У СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ
ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН 86

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Безверхий Костянтин Вікторович, Юрченко Олександр Анатолійович,
Приймак Наталія Володимирівна
ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ ІЗ РОЯЛТІ 92

Гаркуша Сергій Анатолійович
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ 101

Петраковська Олена Володимирівна
ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ЙОГО СУТНІСТЬ,
КЛАСИФІКАЦІЮ ТА ОБЛІК 106

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Кожухівська Раїса Борисівна, Саковська Олена Миколаївна,
Лементовська Валентина Анатоліївна
СІЛЬСЬКИЙ (ЗЕЛЕНИЙ) ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ НА ЧЕРКАЩИНІ: МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ 115

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Варцаба Віра Іванівна, Заславська Ольга Ігорівна
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ
В УМОВАХ ВІЙНИ 123

Коцюрубенко Ганна Миколаївна
СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ ЯК СФЕРА ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ НАУКИ 132

Ливдар Марта Василівна, Федевич Людмила Станіславівна
ЗМІСТ ФІНАНСОВОЇ ІНКЛЮЗИВНОСТІ ЯК ІНДИКАТОРА ДОСТУПНОСТІ ФІНАНСОВИХ
ПОСЛУГ 139

Нікітішин Андрій Олександрович
ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 145

Яценко Наталя Михайлівна, Глухова Валентина Іванівна
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ 150

CONTENTS

ECONOMY

- Vasylyna Orysia**
ADVANTAGES OF COOPERATION IN THE ORGANIC SPHERE..... 9
- Zelisko Nataliia**
STRATEGIC ANALYSIS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES DEVELOPMENT
IN THE CONTEXT OF THEIR ECONOMIC SECURITY..... 14
- Vlashchenko Nataliia, Obolentseva Larysa, Pysareva Iryna**
CONTENT OF THE TOURIST ENTERPRISES STRATEGIC POTENTIAL 19
- Hrafska Oryslava, Holovchuk Yuliia, Nykyha Oksana**
INNOVATIVE PRINCIPLES OF A REGIONAL TOURISM DEVELOPMENT POLICY 24
- Dalyk Volodymyr, Ilchyshyn Mykola, Deneka Vasyl,
Yarmus Stepan, Fenyk Volodymyr, Vizniak Yurii**
ECONOMIC–MATHEMATICAL MODEL FOR PLANNING THE DEVELOPMENT AND
PLACEMENT OF PRODUCTION OF A BUSINESS STRUCTURE WITH OPTIMAL
DISTRIBUTION OF INVESTMENT RESOURCES UNDER RISK CONDITIONS 28
- Zhmudenko Viktoriia, Diachenko Mykola**
FEATURES OF THE INVESTMENT CLIMATE OF UKRAINE’S SECTORS OF THE ECONOMY
DURING THE WAR 37

MARKETING

- Sidielnikov Danylo**
SOCIALLY RESPONSIBLE MARKETING: AN GNOSEOLOGICAL APPROACH 43
- Zhylinska Oksana, Kovalenko Viktoriia**
STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT: ESSENCE AND PECULIARITIES..... 48
- Zerkal Anastasiia, Balabukha Kateryna**
MARKETING IN WAR TIME: BUILDING COMMUNICATION CHANNELS
AND BUSINESS TRANSFORMATION 54

MANAGEMENT

- Dudnyk Olena, Poliakova Olena**
CURRENT TENDENCIES AND APPROACHES IN PROJECT MANAGEMENT 60
- Leskova Svitlana**
A SYSTEMATIC APPROACH TO THE ADAPTATION OF ENTERPRISE STAFF..... 67
- Pavlenchuk Nataliia, Pawlowski Grzegorz, Mysiuk Iryna, Tyrkalo Yuriy, Kurilina Oksana**
MODELS AND METHODS OF MAKING MANAGERIAL DECISIONS IN MANAGEMENT 74

Pohrebniak Andrii OPTIMIZATION MODEL OF THE DEVELOPMENT OF PRODUCTION ACTIVITY OF THE BUSINESS STRUCTURE UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY AND RISK.....	80
---	----

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Gurina Ganna, Bugayko Dmytro, Zablotska Rita, Korzh Maryna, Sydorenko Kateryna NATIONAL ECONOMIC INTERESTS OF UKRAINE IN THE SPHERE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS	86
--	----

ACCOUNTING AND TAXATION

Bezverkhyy Kostiantyn, Yurchenko Oleksandr, Pryimak Nataliia ACCOUNTING AND TAXATION OF ROYALTY TRANSACTIONS.....	92
---	----

Harkusha Serhii THEORETICAL ASPECTS OF EVALUATION IN THE ACCOUNTING SYSTEM	101
--	-----

Petrakovska Olena COMPANY'S EQUITY: A MODERN VIEW OF ITS ESSENCE, CLASSIFICATION AND ACCOUNTING	106
--	-----

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Kozhukhivska Raisa, Sakovska Olena, Lementovska Valentyna RURAL (GREEN) TOURISM AS AN INNOVATIVE FORM OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN CHERKASY REGION: MARKETING ASPECT.....	115
--	-----

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Vartsaba Vira, Zaslavska Olha TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MORTGAGE LENDING MARKET IN UKRAINE DURING THE WAR	123
---	-----

Kotsiurubenko Ganna SOCIAL INEQUALITY AS A FIELD OF RESEARCH OF FINANCIAL SCIENCE.....	132
--	-----

Lyvdar Marta, Fedevych Liudmyla CONTENT OF FINANCIAL INCLUSION AS AN INDICATOR OF AVAILABILITY OF FINANCIAL SERVICES.....	139
--	-----

Nikitishin Andriy TAX POLICY UNDER MARTIAL LAW	145
--	-----

Yatsenko Natalia, Glukhova Valentyna THEORETICAL ASPECTS OF FINANCIAL CONTROL IN UKRAINE	150
--	-----

Vasylyna Orysia
PhD in Economics, Associate Professor
Department of Economy
Lviv National Environmental University
ORCID: 0000-0003-2124-3792

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8559

ADVANTAGES OF COOPERATION IN THE ORGANIC SPHERE

Summary. *Small forms of farming in the countryside provide about 60% of the gross production of domestic agricultural products. World experience convinces that during the period of negative economic and social trends in social development, the unification of joint efforts of people always gave the first impetus in the given direction. Lack of real social guarantees and economic support of the state, lack of own financial resources cause low efficiency of organic agricultural production. An additional complication, which is quite often not realized even by the farmers themselves, is the constant decrease in the yield of agricultural crops due to soil depletion.*

The mechanism of cooperation is an effective element in the process of reproducing the potential of peasant farms. The current market trends, namely the increased demand for organic agricultural products, it is logical to assume that the creation of cooperatives that would specialize in the procurement and sale of organic products can become an active factor in rural development.

The influence of the basic principles and advantages of the development cooperative movement on the development of organic agricultural production is investigated. Cooperative principles are a condition for harmonizing the interests of the participants of the cooperation and determine the general direction of development of the cooperative movement. Features of the domestic market of organic products were considered. The state and trends of organic cooperatives development in Ukraine are analyzed. Practical approaches to improvement of the directions of achievement of effect with the cooperation of commodity producers of organic products are offered. The problems of development of cooperation in Ukraine with consideration of theoretical and practical aspects of management, distribution of cluster type of production of organic products are outlined. The purpose of the article – is to study the importance of the main principles and advantages of the development of the cooperative movement in the development of organic agricultural production.

One of the main reasons for the formation of a cooperative association of farmers is strengthening the positions of its members on the market, creating competitive advantages of their products.

Key words: *cooperative, agricultural cooperative, organic production, organic products, cluster.*

S **tatement of the problem.** The constantly growing demand for high-quality products of the organic sector in many countries of the world gives Ukraine the opportunity to become an active participant in the world market of organic products. For the effective activity of producers of organic products, it is necessary to develop a perfect system of its sales and implementation. It is necessary to coordinate the interests of agricultural enterprises through the mechanism of cooperation to increase their effective functioning. Cooperation in the agricultural sector of the economy is gaining relevance due to: the in-

ability of small and medium-sized entrepreneurs and farmers to compete on the market in Ukraine; monopolization of agricultural business; lack of long-term plans and programs, responsibility of officials at all levels for the state of the agricultural sector before the population of the state, access to adequate financial resources; not an effective legislative and regulatory framework; globalization of the world economy and, as a result, the mentality of the population, warnings of changing the course of the state, etc. there is a catastrophic reduction of the rural population and population migration against the

background of the monopolization of land resources by holdings and various organizations not only from the agro-industrial sector.

Analysis of recent research and publications.

Recently, the problems of the development of organic production and organic agriculture have been considered by such scientists as V.I. Artysh, L.M. Boyko, V.E. Dankevich, V.T. Dudar, N.V., T.O. Zinchuk, I.H. Kirylenko, M.I. Kobets, D.G. Legeza, O.V. Skidan, O.V. Ulyanchenko, O.V. Khodakivska, O.M. Yatsenko. The work of V.V. Zinovchuk [8], P.V. Pivovara, V. Andriychuk, M.B. Chizhevska [3], Yu.V. Ushkarenko [7] is devoted to the development of the cooperative movement in Ukraine. Despite this, this problem is not sufficiently solved, and the selected research directions are relevant and timely.

Formulation of the purpose of the article. The main purpose of this article is to study the importance of the main principles and advantages of the development of the cooperative movement in the development of organic agricultural production.

The main material. One of the most popular and common methods of association in agriculture is cooperation. It can be applied to the organic market, but despite the many years of history of the cooperative movement in Ukraine, this form still has many shortcomings and omissions. In order to effectively apply the principle of cooperation in the organic environment of Ukraine, it is necessary to understand the basic principles of cooperative work and learn from the mistakes of farmers in the field of cooperation. The reasons for such processes in the world and in Ukraine are: globalization, historical, demographic and socio-economic. According to statistics, as of January 1, 2022, the current population of Ukraine was 41,167.3 thousand people. At the same time, it is important to note such a negative trend, for example, the population of Ukraine decreased by 421,000 people during the year. The UN stated that by 2050, the number of Ukrainians could decrease to 35 million. The war, the lack of a transparent state policy regarding the agro-industrial sector of the economy and work in general, the inability to take cheap loans, the growth of monopolies of all types in the countryside as to land resources and means of production led to extremely negative factors of population migration and impoverishment of the rural population. An extremely small segment of the population that wants to engage in agriculture mostly focuses on ecological and (or) organic land use, cultivation of niche crops, gardening, berry growing, nut growing, etc. One of the interesting

areas of cooperative development is organic products, which are no longer a luxury in many countries, and mainly to unite small certified producers to achieve their goals. The growth of consumption of organic products in the world is 8–11%, this is the most promising direction of agriculture.

Global trends in agribusiness are focused on creating shared value, as company policies and actions that increase the organization's competitive ability, while improving the environmental, social and economic conditions of the communities and territories where they operate. The levers of implementation of such direction in traditional and organic agro-industrial production are:

- increasing productivity in supply chains;
- organization of clusters in united territorial communities, districts and (or) in the region;
- supply of products and services needed by consumers in an effective, ethical and reasonable manner from the point of view of environmental protection [7];
- cooperation — as a business with the formation of academic and research institutions, public experts, professional unions, suppliers and other organizations according to the stage of their “life” cycle.

Organic production is carried out in compliance with laws, directives and regulatory documents. That is, it will take 2–3 years from the idea to the status of organic production, depending on the quality of the land plot and the methods of its previous use. A feature of the introduction and implementation of organic production is the adaptation of legislative and regulatory documents of Ukraine and EU directives through the declared course on European integration. The chairman of the board of the Federation of the Organic Movement of Ukraine Yevhen Mylovanov notes that in Ukraine there are more than 400,000 hectares of agricultural land under organic certification. Over the past 10 years, the export of Ukrainian organic products to EU countries has remained at a consistently high level, which is estimated at tens of millions of euros, and we export most actively to the Netherlands, Germany, and Great Britain. These are cereals, legumes, oil crops and wild plants — berries, mushrooms, nuts. In addition to the mentioned, there is a great prospect of growth in the sector of products with a higher added value, including processing: cereals, concentrates, juices, vegetable oils. The export of traditional and organic products is growing in the country. Every year the situation changes, the demand for certain products changes, it is clear that globalization is taking place, which does not give Ukraine chances in the agricultural sector, mostly

there is a demand for cheap raw materials or for high-quality products with highly organized logistics, etc [6]. We can confidently state that Ukraine has carried out a significant export of fruit and berry products. The share of agri-food products in the total export of Ukraine decreased from 45 to 41% in 2021, retaining the leadership in its product structure. But at the same time, Ukraine exported a record number of frozen berries. According to the results of 2021, Ukraine ranks fifth in the volume of berry exports among the largest exporters of this product in the world. And these are Poland, Germany and the Czech Republic. This is reported by the Ukrainian Club of Agrarian Business. During the 2021 Ukraine exported 21.4 thousand tons of berries, which is 43% more than last year. At the same time, the revenue is 44 million hryvnias.

The main importing countries of Ukrainian berries:

- Poland (53%),
- Germany (11%),
- Czech Republic (11%).

The main products of this product group were walnuts, frozen fruits and berries, apples and pears, and their total share in the export of horticultural products reached almost 92%. The increase in the value of exports of apples and pears turned out to be the most noticeable — more than twice. The peculiarity of organic production is that production at all stages — logistics, storage, processing, packaging — is under appropriate supervision, for this there is a monitoring and supervision system: for example, it is possible to track not only how tomato juice is made, but also how it is grown every tomato that gets there. In Ukraine today there is one domestic certification organization and one and a half dozen foreign ones, all of them are private and work in accordance with the requirements of the European Union. The mentioned organizations and manufacturers of organic products are moving forward much faster than legislation and official bodies. Now we have reached the stage when it is necessary to harmonize our laws with the EU legislation as much as possible: a significant part of the by-laws on the regulation of the development of the organic sector has already been adopted, but the legislative process needs further improvement.

Cooperative principles are a condition for harmonizing the interests of cooperative members and determine the general direction of development the cooperative movement. In addition, these same cooperative principles in a complex distinguish cooperative organizations from other public and economic

associations, banking institutions that function in a market economy. Cooperation is formed by members of society consciously, with a defined target. Because all people can function qualitatively only in relationships with other people. In general, it can be stated that society is a single cooperative system, where people can choose the expediency of joining a specific cooperative based on their own purposes, desires and momentary impulses or by choosing one of the possible alternatives. At the same time, cooperation provides an opportunity to expand the scope of realization of the interests of individual individuals, thus people cooperate to meet those needs that cannot be met individually [2]. In the process of cooperation, individuals have personal motives, and the intensity with which they continue to contribute to formal efforts is a function of their satisfaction or vice versa. If their motives are not satisfied, they weaken their efforts or leave the system, and the given system, in their opinion, is considered ineffective. Ultimately, “the only measure of the effectiveness of a cooperative system is its survivability, that is, its ability to continue to offer sufficient incentives to satisfy individual motives in the pursuit of a group purpose [3]. Cooperative organizers should ask themselves several questions before joining. First, you should ask yourself — why are we doing it, what do we want to achieve? Second, what resources do we have at the start? Thirdly, what tasks will we set to achieve the purpose and how will we monitor the effectiveness of our actions? The latter is very important, precisely because of improper monitoring of results, associations do not develop, do not have the ability to see the result of work, determine the main indicators of success and see problem points. With a cooperative approach, it is important to be realistic — you need to realistically assess financial capabilities, human and other resources. Often when cooperative is creating or already during its work, people put forward mythical proposals, and if there is no real data and understanding, then you can spend a lot of resources and not achieve a result. The ability to respond quickly is also an important factor. Often, cooperatives miss out on profitable and promising projects or opportunities because they needed immediate work. Therefore, it is important that the cooperative always has basic documents ready, so that there is an understanding of the priority of activities and openness, thus, you can always react quickly to new opportunities.

There are universal principles of cooperation. It is important not just to follow them formally,

but also to really feel them, let them pass through you — that is when you can claim the effectiveness of work, and not just the existence of a formal association:

1. Voluntary membership is one of the key principles.
2. Democratic governance — participants must be aware of all decisions made.
3. Membership in economic activity — it is necessary to periodically change people at the decision-making level.
4. Autonomy and independence.
5. Education, professional training and informing of members of the cooperative.
6. Cooperation between cooperatives, but exclusively on a democratic basis, so that no one dominates, controls and coerces.
7. Care for the community in which the cooperative operates.

Clusters, as well as cooperatives, are a generally accepted global practice. There are many common features between these forms, but what distinguishes a cluster from a cooperative is that it is multi-level. If the essence of a cooperative is the union of producers, then for a cluster it is only the first level. It is then joined by producers of input resources, processors and distributors of products. And another very important element is integration relations with authorities, banks, certification bodies, specialized mass media, development agencies, universities, advisory services. That is, a cluster is a union of all those who work for the development of the agricultural sector [1]. The strength of the cluster is that it includes all the major players in the market, each of which has its own benefit from participating in the cluster. If we talk about farmers, in particular producers of organic products, then being a member of the cluster, they will definitely get better cooperation with the authorities, because a representative of the authorities must be present at every meeting of the members of the cluster, so there is an opportunity to discuss all problems. Another benefit is economies of scale. In this case, the cooperative principle works — the more of us, the more profitable it is to purchase resources. Working in a cluster, it is also possible to jointly order market research on various topics, conduct training and apply for grants. Clusters contribute to the development of logistics infrastructure and the training of specialists together with universities. It is important to understand that a cluster is not an organizational and legal form, it is a mechanism and principle of work. In the world, clusters work in

different “official” status. In the European Union, for example, the form of association prevails. In France, 100% of clusters are associations, in Germany — 67%. An interesting example is the example of Norway — there the clusters work without the status of a legal entity at all, but at the same time 70% of their budget is formed with state support — the funds are allocated to specific projects within the framework of the cluster’s work. Popular forms are also limited liability companies and public organizations. The cluster is managed by the Board of Directors or the Supervisory Board. This body includes one representative of each member of the cluster, there is a president, a vice-president, who are periodically re-elected. The board has influence over the management team — as a rule, it is the general manager and 1–2 of his assistants. If the cluster has been operating for a long time and works on several projects, then each of these projects can have its own manager with assistants [1].

Insights from this study and perspectives for further research in this direction. There is a gradual tendency to increase the number organic certified farms and expanding the area of agricultural land suitable for the production of such products. At the same time, the Ukrainian market of organic products is underdeveloped. The demand for these products in European countries exceeds the available supply, and therefore gives Ukrainian producers the opportunity to become an active participant in the market of international trade in organic products.

The obstacle to this is that that small-scale producers with their own products remain outside the main procurement and sales chains of commodity supplies as both domestically and on the foreign market. Numerous evidences and figures show that in traditional agricultural production, cooperation is a success factor for small and medium-sized farmers. It is worth noting that cooperation is possible at the level of regions, settlements, while branch associations in the areas of: berries, nuts, apples, etc. will and have the prospect of solving unifying issues and do not contradict cooperation — on the contrary — protect its interests. For example, prospects next year confirm the trend that ukrainian gardeners start the next year without a clear idea of the development of the industry even in the short term. Moreover, this applies to many issues: limited financial resources, difficulties in establishing sales of products, unfavorable price situation in the ukrainian market.

In addition, despite significant industry efforts, it was not possible to achieve a reduction of the VAT rate for producers to 7%. However, ukrainian

and international markets do not stand still, and we will have to respond to their challenges. In recent years, ukrainian exporters managed to gain a foothold in the European Union market and gradually

expand the geography of sales, but a new wave of competition with world industry leaders, especially in terms of price and product quality, cannot be avoided.

Literature

1. Кластерна організація аграріїв: зволікати не можна об'єднуватися. Агробізнес сьогодні. 24 листопада 2015. URL: <http://agrobusiness.com.ua/agro/ekspertna-dumka/item/8193-klaster-na-orhanizatsiia-ahrariiv-zvolikaty-ne-mozhna-obiednuvatysia.html>
2. Безус Р.М., Дуброва Н.Р. Кооперативний рух в органічному агровиробництві. Молодий вчений. 2016. № 12. С. 346–350.
3. Чижевська М.Б. Фінансова кооперація як складова інституціональної грошово-кредитної системи. Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Економічні науки. 2008. № 1. С. 218–222.
4. Чи потрібна кооперація в органічному секторі економіки? 2019. URL: <https://platformorganic.com/chi-potribna-kooperaciya-v-organichnomu-sektori-ekonomiki>
5. GREEN PAPER: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility. European Commission. 2001. URL: [Ehttps://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9)
6. Милованов Є. Значення органічного сільського господарства у системі розвитку сільських територій. Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК. 2018. № 25. С. 87–98.
7. Ушкаренко Ю., Чмут А., Соловійов А. Переваги кооперативної взаємодії під час виробництва та експорту органічної продукції. Підприємництво та інновації. 2020. 11–2. С. 44–50. doi: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.25>
8. Зіновчук В.В. Організаційно-правові засади становлення сільськогосподарської кооперації в Україні. Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. 2012. № 1(2). С. 3–12. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhnau_2012_1\(2\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzhnau_2012_1(2)_3)

References

1. Klasterna orhanizatsiia ahrariiv: zvolikaty ne mozhna obiednuvatysia (2015). URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekspertna-dumka/item/8193-klaster-na-orhanizatsiia-ahrariiv-zvolikaty-ne-mozhna-obiednuvatysia.html>
2. Bezus R. M., Dubrova N. P. (2016). Kooperatyvnyi rukh v orhanichnomu ahrovyrobnytstvi. Molodyi vchenyi, 12 (39), 646–650.
3. Chyzhevska M. B. (2008). Finansova kooperatsiia yak skladova instytutsionalnoi arkhitektoniky hroshovo-kredytnoi systemy. Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu spozhyvchoi kooperatsii Ukrainy: Ekonomichni nauky, 1, 218-222.
4. Chy potrebna kooperatsiia v orhanichnomu sektori ekonomiky? (2019). URL: <https://platformorganic.com/chi-potribna-kooperaciya-v-organichnomu-sektori-ekonomiki/>
5. GREEN PAPER: Promoting a European framework for Corporate Social Responsibility (2001). European Commission. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/DOC_01_9
6. Mylovanov Ye. (2018). Znachennia orhanichnogo silskoho hospodarstva u systemi rozvytku silskykh terytorii. Visnyk Lvivskoho natsionalnogo ahrarnoho universytetu. Ekonomika APK, 25, 87–98.
7. Ushkarenko Iu., Chmut A., Soloviov A. (2020) Perevahy kooperatyvnoi vzayemodii pid chas vyrobnytstva ta eksportu orhanichnoi produktsii. Pidpryemnytstvo ta innovatsii, (11–2), 44–50. doi: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.25>
8. Zinovchuk V. V. (2012). Orhanizatsiino-pravovi zasady stanovlennia silskohospodarskoi kooperatsii v Ukraini. Visnyk Zhytomirskoho natsionalnogo ahroekologichnogo universytetu, 1(2), 3–12.

Zelisko Nataliia

*PhD in Economics, Associate Professor,
Assistant Professor of the Department of
entrepreneurship, trade and exchange activity
Lviv National Environmental University*

Зеліско Наталія Богданівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Львівський національний університет природокористування*

ORCID: 0000-0002-2467-5585

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8548

STRATEGIC ANALYSIS OF AGRICULTURAL ENTERPRISES DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF THEIR ECONOMIC SECURITY

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ЇХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Summary. The article is directed at exploring the technology of conducting strategic analysis in agricultural enterprise in order to ensure its economic security. Strategic analysis is of particular importance. Strategic analysis is a tool of strategic management which can be used in the conditions of aggravation of competition, violation of financial stability, uncertainty in the market.

The general aim of the article is to investigate and identify the internal and external outsiders of the agricultural enterprise via strategic analysis to ensure its effective management.

The research used general scientific methods, systematic and complex analysis. The article states that the assessment of the level of economic security of agrarian enterprise is formed in the context of such basic functional components, such as: financial, innovative, personnel, technical and technological. Each of these components is evaluated by a system of qualitative and quantitative components, which include an integrated assessment of the level of economic security with the study of their important indicators. Algorithm for conducting a strategic analysis for agrarian enterprise is proposed, which consists of such steps: identification of important factors that influence the enterprise activity; identifying the enterprise's opportunities and threats; grouping of opportunities and threats by certain interconnection; building a complex matrix and formulating a strategy. Effective application of this list will create the basis of a working system of compliance with economic security.

It is established that the application of this strategic management tool allows to identify timely along with the company's strengths and opportunities existing threats and weaknesses, to build an effective strategy of the enterprise activity and at the expense of the strengths and opportunities of the enterprise to retain its share in the market, improve financial position, achieve benefits in front of competitors, increase production volumes.

Key words: strategic analysis, strategic management, agrarian enterprise, SWOT-analysis, strategies, opportunities, threats.

Анотація. Метою статті є дослідження технології проведення стратегічного аналізу в сільськогосподарському підприємстві з метою забезпечення його економічної безпеки. Стратегічний аналіз має особливе значення. Стратегічний аналіз є інструментом стратегічного управління, який може бути використаний в умовах загострення конкурентної боротьби, порушення фінансової стійкості, невизначеності на ринку. Загальна мета статті полягає у дослідженні та ідентифікації внутрішніх і зовнішніх середовищ сільськогосподарського підприємства за допомогою стратегічного аналізу для забезпечення ефективного управління ним.

У процесі дослідження використано загальнонаукові методи, системного та комплексного аналізу. Встановлено, що оцінка рівня економічної безпеки аграрного підприємства формується в розрізі таких основних функціональних складових, як: фінансова, інноваційна, кадрова, техніко-технологічна. Кожна з цих складових оцінюється системою якісних і кількісних складових, які включають інтегральну оцінку рівня економічної безпеки з дослідженням їх важливих індикаторів.

Запропоновано алгоритм проведення стратегічного аналізу для аграрного підприємства, який складається з таких етапів: визначення важливих факторів, що впливають на діяльність підприємства; виявлення можливостей і загроз підприємства; групування можливостей і загроз за певним взаємозв'язком; побудова механізму та формулювання стратегії. Ефективне застосування цього переліку дозволить створити основу працюючої системи дотримання економічної безпеки.

Встановлено, що застосування даного інструменту стратегічного управління дозволяє своєчасно виявити поряг із сильними сторонами та можливостями підприємства існуючі загрози та слабкі сторони, побудувати ефективну стратегію діяльності підприємства та за рахунок сильних сторін і можливостей підприємства утримати свою частку на ринку, покращити фінансовий стан, досягти переваг перед конкурентами, збільшити обсяги виробництва.

Ключові слова: стратегічний аналіз, стратегічне управління, аграрне підприємство, SWOT-аналіз, стратегії, можливості, загрози.

Formulation of the problem. Forming economic security system in the digital economy involves the study of all situations, units and categories, as well as causal relations with other processes of business entities. The perception of techniques, technologies, digitalization processes, understanding and identification of threats to entrepreneurial thinking has a key role in the management decision-making processes of agricultural organizations of the agro-industrial complex. New areas in the study of the nature of electronic digital language units, their features, functional and system status are being discovered.

The modern period of the restructuring of the world socio-political and economic structure is characterized by an unprecedented growth of new trends and processes. Among them, one of the leading places belongs to such a phenomenon as integration or the creation of fundamentally new socio-political and socio-economic structures from the micro, mezo and macro levels of organization and management from existing ones. Therefore, their study is relevant and timely in the context of agroindustrial complex, because it is the integration factors and processes that allow acquiring new competitive advantages for agribusiness entities, occupying more efficient market niches and positions, and strengthening economic security.

However, ensuring economic security is complicated by the need to integrate agricultural organizations into the digital communications field as the need to unlock potential in the context of rapidly developing technologies in all sectors of the economy.

Actual scientific researches and issues analysis. A large number of economists work in the direction of assessing the level of economic security of the enterprise, among which: Pushak (2021), Entringer and Nascimento (2019), Ker (2020), Plastun (2017),

Lagodiienko (2018), Reznikova (2022) and others. Parfitt and Barnes (2020) note that the principles of ensuring economic security have changed somewhat in the context of the existence of unstable conditions for the life of economic systems [4].

The specifics of managing the agroindustrial complex and the basis of the risks that could adversely affect its development and become a security risk were investigated by Ker (2020) [2].

It is very difficult to assess the level of economic security of the agroindustrial enterprise. Parfitt and Barnes (2020) formed the definition of a strategy for assessing the level of economic security of the agroindustrial enterprise through the formation of a structural-logical scheme for agricultural enterprises [4]. Entringer (2019) considered strategic directions for assessing the level of economic security of the agroindustrial enterprise for processing enterprises through the dynamics of the opportunities and threats of this type of enterprises [1]. Lagodiienko et al. (2021) assessed the impact of threats on security of enterprise, and also assessed the level of this impact on enterprises [5]. Shynkar et al. (2020) in their work studied the main strategies for determining the level of economic security at enterprises, including assessing the number of threats and factors of the internal and external environment [7]. However, as part of our study, we focus on agroindustrial enterprise that have not been investigated so far. If we talk exclusively about agroindustrial enterprise, Schmink (2020), has proposed several strategic directions for assessing the level of economic security of the agroindustrial enterprise: a reduction strategy, a limited growth strategy [6]. To date, there is no holistic and practically confirmed method for assessing the level of economic security of the agroindustrial enterprise, the calculation of which would

provide information on the need for choosing right management at agroindustrial enterprise, taking into account the specifics of their activities.

Setting objectives. Strategic analysis is an important method for the formation of substantiated, necessary and timely information necessary for building an effective development strategy of enterprises. The article analyzes the necessity of strategic analysis of agricultural enterprises as an important tool for determining the prospects of development in the modern market environment.

Presenting main material. Ukraine's agriculture sector is an important source of livelihoods for the roughly 13 million Ukrainians living in rural areas. It is also a major provider of food for both domestic and international markets. Prior to Russia's full-scale invasion in February 2022, Ukraine's agriculture sector accounted for 11 percent of the country's GDP, nearly 20 percent of its labor force, and nearly 40 percent of total exports, with Ukraine being the world's fifth-largest exporter of wheat, fourth-largest exporter of corn, and third-largest exporter of rapeseed. A strong and stable agriculture sector in Ukraine is thus critical for global food security. According to a report by the UN Food and Agriculture Organization (FAO), global food prices increased by 12,6 percent during roughly the first month of the war, a clear indicator of Ukraine's status as a global breadbasket [9].

In recent years, the main adverse factors that caused the crisis in the economic system of Ukraine were as follows:

- diminution in external demand,
- business loss;
- diminution in consumer and investment demand;
- deterioration of financial performance of enterprise;
- reduction in purchasing power of the population;
- high rate of inflation.

The full-scale Russian invasion of Ukraine caused damages to the agricultural sector of the country for the total amount of \$4.29 billion. It is stated in the analysis "Agricultural War Damages Review Ukraine", prepared by the team of the Center for Food Research and Land Use KSE Institute in cooperation with the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine. Damage assessment is the first element in assessing the need for restoration [9].

Ukraine is one of the world's top agricultural producers and exporters and plays a critical role in supplying oilseeds and grains to the global market. More than 55 percent of Ukraine's land area is arable land. Agriculture provides employment for 14 percent of Ukraine's population. Agricultural products are Ukraine's most important exports. In 2021 they totaled \$27,8 billion, accounting for 41 percent of the country's \$68 billion in overall exports (Table 1).

Ukraine is under martial law and will forward domestic products to consumers within the country, so we believe that the decline in exports of food products will be more significant than the percentage of inaccessible arable lands.

The deliberate actions of Russia to reduce Ukraine's agricultural potential is primarily a hit

Table 1

Ukraine agricultural production and exports (2021/22 marketing year) [3]

Product	Production			Exports		
	Volume (1,000 MT)	Rank Among Global Producers	% of Global Production	Volume (1,000 MT)	Rank Among Global Exporters	% of Global Exports
Corn	41,900	#6	3.5%	23,000	#4	12%
Wheat	33,000	#7	4.3%	19,000	#5	9%
Sunflower	17,500	#1	30.6%	75	#9	3%
Barley	9,900	#4	6.8%	5,800	#3	17%
Sunflower Oil	5,676	#2	30.6%	4,950	#1	46%
Sunflower Meal	5,452	#2	27.5%	4,100	#1	54%
Rapeseed	3,015	#6	4.2%	2,700	#3	20%

Source: USDA WASDE and PSD Database, updated March 9, 2022.

to Europe, which exports more than 32% of all Ukrainian agricultural products. And this could be most devastating for poor countries and populations that will not afford the new food price [5].

The large-scale hostilities now taking place in Ukraine are setting a precedent in the modern history of civilization. Whether in the social, cultural, economic and educational dimensions or in the balance of agrarian economy and nature.

New conditions of doing business impose new requirements on the composition of tasks and concepts and methods of internal strategic analysis of agricultural enterprises:

- 1) strengthen the dynamic component of strategic analysis, which will allow for more accurate accounting of the relationships between existing (local and global) industry markets and the dynamics of changes in the external environment as a whole;
- 2) carry out an assessment and analysis of all strategic assets of enterprises (including adaptive capabilities and strategic assets that allow entering new industry and geographic markets) from the perspective of future markets and determine the scarce resources and capabilities of companies to preserve the stability of competitive advantage and overcome crisis situations [8].

The change in requirements for strategic analysis makes it necessary to improve existing and develop new elements and methods of analysis that are not taken into account in traditional concepts, and methods of internal strategic analysis of enterprises [3].

It must commit to a comprehensive vision of agricultural and rural development. They need to design, implement and constantly review a series of priority and carefully timed measures necessary to boost investment in agriculture:

1. Maintaining sound and stable macroeconomic and trade policies that encourage investment in agriculture.
2. Strengthening human capital in rural areas through health and education services and access to productive resources.
3. Establishing a strong institutional environment that improves access to markets, ensures dissemination of information, sets standards and provides an adequate legal and regulatory framework.
4. Enabling research and extension services to develop productive and robust technologies under farm conditions.
5. Upgrading the marketing, transport and communication infrastructure to support farmers' ac-

cess to seasonal and longer-term capital and inputs and providing them with strong price incentives.

6. Safeguarding natural resource and environment capacity [2].

Strategy development should be based on the use of various tools of strategic analysis: ETOP-analysis (analysis of threats to the external environment and profile capabilities), SWOT-analysis (strengths, weaknesses, opportunities and threats), SPACE-analysis (evaluation of the strategic position and actions) matrix GE / McKinsey (matrix "attractive industry / position in the competition"), the matrix Shell / DPM (directional policy matrix), PIMS-analysis (analysis of the impact of market strategy for profit), etc.

An alternative approach to assessing the effectiveness of economic security is the use of SWOT analysis. This analysis makes it possible to comprehensively assess the impact of internal and external threats on an agricultural enterprise, as well as to formulate a plan of measures to neutralize them.

But along with the advantages of this method, there are also disadvantages. The main disadvantage of SWOT analysis is that it belongs to the group of so-called instrumental and descriptive models of strategic analysis, which characterize only general goals, and specific measures to achieve them are studied separately [6]. The main factors taken into account in the SWOT analysis are presented in Table 2.

SWOT analysis gives a clear picture of the current situation in business. The main advantages of the SWOT analysis method are:

- this method can be used in various areas of economy and management.
- SWOT analysis can be adapted to the research object of any level.
- free choice of analyzed elements depending on the set goal.
- can be used both for operational control of the enterprise and for strategic planning for a long period [1].

The prediction is performed to:

- 1) assess the social, economic, scientific, technical and environmental effects of each of the options of the company;
- 2) determine the content of measures to implement the existing business opportunities and reducing possible threats;
- 3) assess of required resources: labour, financial, material and time required for implementation of the chosen strategy.

Conclusions and perspectives of further research.
The scientific and practical approach that we have

Table 2

SWOT-analysis in agricultural enterprise in order to ensure its economic security

	Positive influence	Negative influence
Internal environment	Strengths	Weaknesses
	<ul style="list-style-type: none"> 1) highly qualified staff; 2) provision of financial resources; 3) savings from increasing production volumes; 4) updated production technology; 5) updated material and technical base; 6) cost advantages 	<ul style="list-style-type: none"> 1) seasonality of production; 2) deterioration of competitiveness; 3) narrow product line; 4) production problems; 5) lag in the field of research and development; 6) high wear and tear of the material and technical
Environment	Opportunities	Threats
	<ul style="list-style-type: none"> 1) access to new segments and markets; 2) expansion of own production; 3) release of new own products; 4) reduction of entry barriers to attractive markets; 5) the possibility of moving to a group with a better market position; 6) acceleration of market growth 	<ul style="list-style-type: none"> 1) appearance of new competitors; 2) maintaining market growth; 3) increase in the share of imported products; 4) growing influence of suppliers; 5) change in customer needs and tastes for goods and services; 6) possibility of absorption by a large enterprise; 7) unfavorable government policy

formed can create the basis for managing economic security of agroenterprise and will allow us to identify the signs of crisis development as quickly as possible in order to respond in a timely manner. Not

without the help of leading experts and scientists, it was determined which financial indicators should be used in assessing the level of economic security agroenterprise.

References

1. Entringer T., Nascimento D., Ferreira A., Siqueira P., Boechat A., Cerchiaro I., Mendonza S., Ramos R. Comparative analysis main methods business process modeling: literature review, applications and examples. IJAERS, 2019. 6(5). P. 100–116.
2. Ker A. Risk management in Canada’s agricultural sector in light of COVID-19. Canadian Journal of Agricultural Economics-Revue Canadienne D Agroconomie. 2020. doi: <https://doi.org/10.1111/cjag.12232>
3. Reznikova O. Strategic analysis of Ukraine’s security environment. 2022. URL: <https://niss.gov.ua/news/stat-ti/stratehichnyy-analiz-bezpekovoho-seredovyschcha-ukrayiny> (Accessed 13 November 2022).
4. Parfitt C., Barnes T. Rethinking economic security in a precarious world. Critical Sociology. 2020. Article number 089692051985026. doi: <https://doi.org/10.1177/0896920519850266>
5. Pushak Ya., Lagodiienko V., Basiurkina N., Nemchenko V., Lagodiienko N. Formation the system for assessing the economic security of enterprise in the agricultural sector. Business: Theory and Practice. 2021. Vol. 22. P. 80–90.
6. Schmink M. Feeding the world: Brazils transformation into a modern agricultural economy. Journal of Interdisciplinary History. 2020. 50(3). P. 475–477.
7. Shynkar S., Gontar Z., Dubyna M., Nasypaiko D., Fleychuk M. Assessment of economic security of enterprises: theoretical and methodological aspects. Business: Theory and Practice. 2020. 21(1). P. 261–271.
8. Thompson A. A. Jr., Strickland A. J. Strategic Management: Concepts and Cases. Moscow: Banki i birzhi: YUNITI, 1998.
9. The total war damages in Ukraine’s agriculture reached \$4.3 billion — KSE Agrocenter. 2022. URL: <https://kse.ua/about-the-school/news/the-total-war-damages-in-ukraine-s-agriculture-reached-4-3-billion-kse-agrocenter/> (Accessed 15 November 2022).

Влащенко Наталія Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

Vlashchenko Nataliia

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of Tourism and Hospitality industry Department
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Оболенцева Лариса Володимирівна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

Obolentseva Larysa

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of Tourism and Hospitality industry Department
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Писарева Ірина Володимирівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

Pysareva Iryna

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of Tourism and Hospitality industry Department
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8549

**ЗМІСТ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ТУРИСТСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ
CONTENT OF THE TOURIST ENTERPRISES
STRATEGIC POTENTIAL**

Анотація. Статтю присвячено дослідженню змісту стратегічного потенціалу туристських підприємств, які функціонують на вітчизняному ринку.

Діяльність будь-якого туристського підприємства здійснюється за рахунок використання наявних у нього ресурсів. До ключових ресурсів можна зарахувати матеріально-технічні, трудові, інформаційні, фінансові тощо. Відповідні ресурси визначаються в ході комплексного управлінського аналізу, в процесі якого оцінюються конкурентоспроможність, інвестиційні можливості, потреби клієнтів, розроблюється асортимент туристських послуг. В результаті таких дій на основі злагодженої взаємодії та взаємодоповнення зазначених ресурсів формується стратегічний потенціал туристського підприємства.

Зазначено, що на сьогодні особливої актуальності набуває питання формування стратегічного потенціалу великих туристських корпорацій, до складу яких входять готельні підприємства, авіакомпанії, страхові агенції, посередницькі структури тощо. Саме за рахунок розміру та географічного охоплення таким бізнес-структурам доволі важко швидко пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, через що вони ризикують втратити набуті конкурентні позиції на ринку туристських послуг.

Метою статті є обґрунтування змісту з огляду на потребу в забезпеченні їх сталого розвитку в умовах активізації ринку туристських послуг.

В роботі графічно представлена характеристика стратегічного потенціалу підприємства та зазначено, що незалежно від сфери діяльності стратегічний потенціал підприємства має наступні характеристики: складність, цілеспрямованість, системність, гнучкість, альтернативність його складових та наявність взаємозв'язків між ними.

У дослідженні наведена характеристика підходів до визначення стратегічного потенціалу підприємства, серед яких виокремлено результативний та цільовий підходи.

Визначено фактори, які впливають на формування стратегічного потенціалу туристських підприємств в розрізі специфіки діяльності великих туристських корпорацій.

Наведено укрупнені складові стратегічного потенціалу туристського підприємства, за якими варто його формувати.

Ключові слова: стратегічний потенціал туристських підприємств, стратегічні ресурси, результативність.

Summary. The article is devoted to the researching of the tourist enterprises strategic potential content, which operate on the domestic market. The activity of any tourist enterprise is carried out due to the use of its available resources. Key resources can include material and technical, labor, informational, financial, etc. Appropriate resources are determined in the course of a comprehensive management analysis, in the process of which competitiveness, investment opportunities, customer needs are assessed, and an assortment of tourist services is developed. As a result of such actions, the strategic potential of the tourist enterprise is formed on the basis of coordinated interaction and mutual complementation of the specified resources.

The article states that today the question of forming the strategic potential of large tourism corporations, which include hotel companies, airlines, insurance agencies, intermediary structures, etc., is gaining special relevance.

Precisely due to the size and geographical coverage, it is rather difficult for such business structures to quickly adapt to changes in the external environment, due to which they risk losing the acquired competitive positions on the tourist services market.

The purpose of the article is to substantiate the content of the tourist enterprises strategic potential in view of the need to ensure their sustainable development in the activation of the tourist services market conditions.

The article graphically presents the characteristics of the enterprises strategic potential and states that, regardless of the field of activity, the enterprises strategic potential has the following characteristics: complexity, purposefulness, systematicity, flexibility, alternativeness of its components and the connection existence between them.

The factors that affect the formation of the tourist enterprises strategic potential due to the activities large tourism corporation's specifics are determined.

Presented components of the tourist enterprises strategic potential, according to which it should be created.

Key words: tourist enterprises strategic potential, strategic resources, effectiveness.

Постановка проблеми. Туристська сфера України розглядається як одна із значущих сфер господарського комплексу. Сучасний туризм суттєво впливає на інтеграційні процеси у світі, безпосередньо на потенціал країни в історичному, природному та культурному сенсі. Діяльність будь-якого туристського підприємства здійснюється за рахунок використання наявних у нього ресурсів. До ключових ресурсів можна зарахувати матеріально-технічні, трудові, інформаційні, фінансові тощо. Відповідні ресурси визначаються в ході комплексного управлінського аналізу, в процесі якого оцінюється конкурентоспроможність, інвестиційні можливості, потреби клієнтів, розроблюється асортимент туристських послуг. В результаті таких дій на основі злагодженої взаємодії та взаємодоповнення зазначених ресурсів формується стратегічний потенціал туристського підприємства (СПТП).

Також варто зазначити, що на сьогодні особливої актуальності набуває питання формуван-

ня стратегічного потенціалу (СП) великих туристських корпорацій, до складу яких входять готельні підприємства, авіакомпанії, страхові агенції, посередницькі структури тощо. Саме за рахунок розміру та географічного охоплення таким бізнес-структурам доволі важко швидко пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, через що вони ризикують втратити набуті конкурентні позиції на ринку туристських послуг.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Питанням розвитку туристських підприємств та його стратегічних орієнтирів присвячено багато праць науковців-економістів. Зокрема Бошота Н.В. [1] досліджує економічну складову потенціалу туристських підприємств, Брич В.Я., Галиш Н.А. [2], Гладинець Н.І. [3], Захарченко Ю.І., Занора В.О. [4] зосереджують увагу на стратегічних аспектах в управлінні туристськими підприємствами; Мазур І.І., Алієв Р.А. [5], Радченко Е.Є. [6] розглядають особливості реалізації туристсько-

го потенціалу. Однак сутність та зміст стратегічного потенціалу туристського підприємства досі залишається не достатньо дослідженими, що і зумовлює виконання даного дослідження.

Формулювання мети статті. Обґрунтування змісту стратегічного потенціалу туристських підприємств з огляду на потребу в забезпеченні їхнього сталого розвитку в умовах активізації ринку туристських послуг.

Виклад основного матеріалу. Розробка та впровадження стратегій обговорюється науковцями вже давно. Поняття стратегія з'явилося в 50-х роках ХХ століття, коли завдання реагування на непередбачені зміни зовнішнього середовища набуло особливої актуальності. Вже багато років у науковій літературі йдуть дебати про сутність ринкової стратегії та про елементи, які входять до її складу. Кінцевою метою стратегії є отримання продукту або послуги, яка відповідає запитам споживачів, а також підвищення прибутку підприємства.

Вихідною інформацією для формування ефективної стратегії розвитку туристського підприєм-

ства є рівень його стратегічного потенціалу. СП підприємства, незалежно від сфери діяльності має наступні характеристики, властиві будь-якій господарській одиниці, а саме складність, цілеспрямованість, системність, гнучкість, альтернативність його складових та наявність взаємозв'язків між ними (рис. 1).

Розмір СП визначають залежно від цілей його використання, а оцінюють СП в аспекті його результативності. У зв'язку з цим існують наступні підходи до трактування терміну СП (табл. 1).

Разом з тим у науковій літературі виділяють розширене трактування СП підприємства:

- ресурсний підхід оцінює СП як вартість виробничих ресурсів та компонент;
- структурний підхід оцінює СП у вигляді масштабу і структури окремих частин потенціалу залежно від виду діяльності підприємства та сфери його функціонування;
- цільовий підхід оцінює СП з позиції його відповідності встановленим вимогам.

На нашу думку є доцільним розподіл СПТП на об'єктивну та суб'єктивну компоненту. Об'єктивна

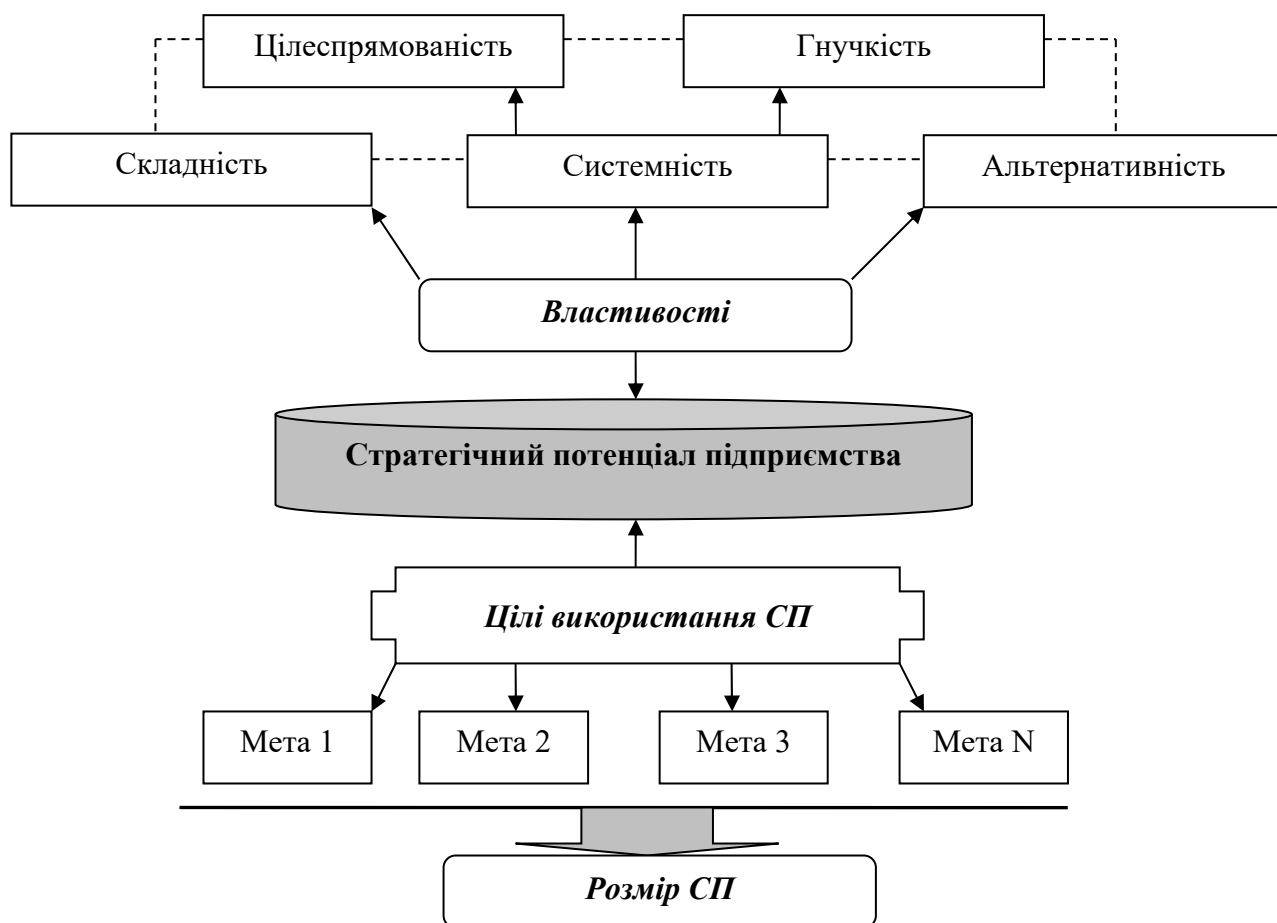


Рис. 1. Характеристика стратегічного потенціалу підприємства

Джерело: розробка авторів

Таблиця 1

Характеристика підходів до визначення стратегічного потенціалу підприємства

Підходи	Характеристика	Визначення стратегічного потенціалу
Результативний	Розмір СП зумовлюється цілями та загальною стратегією підприємства	СП — це можливості та ресурси та можливості, які знаходяться у розпорядженні підприємства
Цільовий	Ефективність СП зумовлюється рівнем досягнення результатів стратегії, яка реалізується підприємством	СП — це спроможність підприємства щодо забезпечення його сталого розвитку в довгостроковій перспективі та реалізації стратегічних цілей та завдань

Джерело: розробка авторів

компонента складатиметься з сукупності матеріальних, нематеріальних, трудових та природних ресурсів, а суб'єктивна — характеризувати наскільки туристське підприємство може використувати зазначені ресурси.

СПТП також можна розподілити на активну та пасивну частини (залежно від залученості в до фінансово-господарської діяльності). В цілому можна зробити висновок, що звернення до кожного конкретного ресурсу організації визначається змістом тих завдань, які стоять перед самим підприємством.

Також необхідно розглянути таке проблемне питання стратегічного потенціалу, як якісний бік визначення його точних меж, питання взаємозв'язку із внутрішнім та зовнішнім середовищем туристського підприємства. При всьому різноманітті та різноспрямованості впливів на СП можна казати про розпливчастість його меж та певну абстрактність, яку не завжди можна виміряти.

Виходячи із зазначеного вище, СПТП є комплексним поняттям, оскільки знаходиться під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. В цілому до факторів, які впливають на СПТП можна зарахувати такі:

- наявні стратегічні ресурси (вигідне розташування туристських об'єктів (готелів), наявні земельні ділянки під будівництво та розвиток туристської інфраструктури);
- спроможність та можливості підприємства (компетентність та кваліфікація персоналу, конкурентоспроможність турпідприємства, його імідж, сформованість бренду в уяві споживачів, партнерів та в інших групах сприйняття);
- встановлення взаємозв'язку між наявними ресурсами та потребами підприємства;
- співвідношення рівня компетенції персоналу вимогам зовнішнього середовища;
- можливість розробки альтернативних варіантів досягнення поставленої мети та синергетичного ефекту тощо.

Також варто відзначити думку інших авторів [5, 6], які до розглянутого вище ресурсного підхо-

ду у визначенні СП додають характеристику ринкового положення підприємства та комерційної діяльності.

Отже, СП туристського підприємства варто розглядати як сукупність не лише кількісних критеріїв результативності, а й якісних індикаторів ефективності його господарської діяльності, включаючи параметри оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища, динаміки їхньої зміни, яка показує відповідність розробленої стратегії цілям та можливостям туристського підприємства в умовах невизначеності та ризику. У широкому розумінні СП туристського підприємства показує рівень спроможності підприємства та його готовності до виконання завдань, які забезпечують досягнення встановлених стратегічних цілей.

На нашу думку СП туристського підприємства варто формувати в розрізі наступних укрупнених складових:

- продуктова або проектна складова діяльності підприємства та результат такої діяльності у вигляді розроблених пакетів туристських послуг;
- функціональна складова, яка характеризує виробничі функції та бізнес-процеси підприємства (впливає на процес обслуговування туристів);
- ресурсна складова, яка об'єднує фінансові, матеріально-технічні, трудові, інформаційні та інші ресурси підприємства (впливає на стан матеріально-технічної бази засобів розміщення, інфраструктури з надання додаткових послуг);
- організаційна складова, яка відображує організаційну структуру, технологію процесів надання послуг в розрізі всіх функцій та проектів, організаційну культуру (впливає на якість надання послуг — «м'якого туристського продукту»);
- управлінська складова, яка включає рівень загального керівництва підприємством, систему управління.

Висновки. Отже, стратегічний потенціал туристського підприємства є основою господарського процесу, він формується внаслідок розвитку взаємозв'язків між його компонентами за їхньою значущістю, що є відображенням різноманіття

відносин у сфері туризму. Діагностика стратегічного потенціалу туристських підприємств має виступати як основа для розвитку конкурентних переваг таких об'єктів, що у свою чергу дозволить підвищити ефективність туристської галузі, працювати на підвищення привабливості дестинацій внутрішнього та в'їзного туризму.

Серед перспектив подальших досліджень у досліджуваному напрямку зазначимо розробку методичного інструментарію підвищення ефективності використання СПТП з урахуванням притаманної специфіки їх функціонування (з урахуванням розміру, географічного охоплення, широти асортименту послуг тощо).

Література

1. Бошота Н.В. Економічний потенціал підприємств туристичної сфери України. Економічний аналіз. 2018. Том 28. № 2. С. 100–109.
2. Брич В.Я., Галиш Н.А. Ресурсний підхід до стратегічного управління туристичними підприємствами. Інноваційна економіка. 2020. № 1–2. С. 125–132.
3. Гладинець Н.І. Стратегічне управління ресурсами туристичного підприємства на базі інноваційних підходів. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2018. № 14. С. 102–110.
4. Захарченко Ю.І., Занора В.О. Стратегічне управління: узагальнення різновидів стратегій підприємств готельно-ресторанного господарства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2016. Випуск № 5. С. 124–131.
5. Мазур І.І., Алієв Р.А. Сутність і особливості реалізації потенціалу туристичного підприємництва. Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. 2022. Випуск 33. С. 96–104.
6. Радченко Е.Є. Теоретичні основи формування та розвитку туристичного потенціалу регіону. Електронний журнал «Ефективна економіка». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6809>

References

1. Boshota N. V. Ekonomichnyi potentsial pidpriemstv turystychnoi sfery Ukrainy. Ekonomichnyi analiz. 2018. Tom 28. № 2. S. 100–109.
2. Brych V. Ya., Halysh N. A. Resursnyi pidkhdid do stratehichnoho upravlinnia turystychnymy pidpriemstvamy. Innovatsiina ekonomika. 2020. № 1–2. S. 125–132.
3. Hladynets N. I. Stratehichne upravlinnia resursamy turystychnoho pidpriemstva na bazi innovatsiinykh pidk-hodiv. Problemy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku. 2018. № 14. S. 102–110.
4. Zakharchenko Yu. I., Zanora V. O. Stratehichne upravlinnia: uzahalnennia riznovydiv stratehii pidpriemstv hotelno-restorannoho hospodarstva. Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia. 2016. Vypusk № 5. S. 124–131.
5. Mazur I. I., Aliiev R. A. Sutnist i osoblyvosti realizatsii potentsialu turystychnoho pidpriemnytstva. Naukovi zapysky Lvivskoho universytetu biznesu ta prava. Seriiia ekonomichna. 2022. Vypusk 33. S. 96–104.
6. Radchenko E. Ye. Teoretychni osnovy formuvannia ta rozvytku turystychnoho potentsialu rehionu. Elektronnyi zhurnal «Efektyvna ekonomika». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6809>

Графська Орислава Іванівна

доктор економічних наук, доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

Hrafska Oryslava

Doctor of Economic Sciences, Docent,

Associate Professor of the Hotel and Restaurant Business Department

Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky

ORCID: 0000-0002-8134-3771

Головчук Юлія Олександрівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри маркетингу та реклами

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Holovchuk Yuliia

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Marketing and Advertising Department

Vinnitsia Trade and Economic Institute of STEU

ORCID: 0000-0002-4516-109X

Никига Оксана Василівна

доктор філософії з туризму, викладач кафедри туризму

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

Nykyha Oksana

PhD in Tourism, Lecturer of the Tourism Department

Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky

ORCID: 0000-0002-4516-109X

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8550

**ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОЇ
ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

**INNOVATIVE PRINCIPLES OF A REGIONAL
TOURISM DEVELOPMENT POLICY**

Анотація. У статті узагальнено наукові підходи щодо інноваційного розвитку туризму та сформовано його методологічні засади з фокусом на формування регіональної політики розвитку туризму. Зроблено висновок про те, що аналіз сучасного інноваційного розвитку туризму неможливий без врахування положень системного підходу. У такому випадку регіон як об'єкт регіональної політики розвитку туризму слід аналізувати як регіональну туристичну систему. Основними напрямками інноваційного розвитку регіональних туристичних систем є формування інноваційної інфраструктури, активізація інноваційної діяльності на підприємствах, підвищення ефективності впровадження і використання інноваційних технологій, ширше залучення управлінської та науково-освітньої підсистем до процесів генерування та підтримки інновацій. Управління інноваційним розвитком туризму в регіоні вимагає уніфікації цілей і координації зусиль, що може бути досягненим у процесі формування та реалізації регіональної політики розвитку туризму. Загальною метою регіональної політики розвитку туризму визначено створення стійкої та прибуткової індустрії туризму, яка може сприяти покращенню економічного, соціального та екологічного становища в регіоні. Наголошено на важливості маркетингових аспектів регіональної політики розвитку туризму, які полягають у підвищенні привабливості та конкурентоспроможності регіону як туристичного напрямку шляхом популяризації

його унікальних характеристик, культурної спадщини та природних пам'яток, а також розробки нових туристичних продуктів і послуг, інвестування в інфраструктуру та брендинг. Виокремлено такі інноваційні засади маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму як інноваційні підходи до управління туристичними дестинаціями, територіальний туристичний брендинг, оптимізація міжкультурної взаємодії, інтегроване інформаційне середовище, інтерактивність туристичного ринку. Зроблено висновок про те, що цілі регіональної політики розвитку туризму полягають у збалансуванні економічного, соціального та екологічного впливу туризму, створенні моделі розвитку, яка є стійкою у довгостроковій перспективі і вигідною як місцевому населенню, так і туристам. Така модель у сучасних умовах має базуватися на інноваційній парадигмі.

Ключові слова: інноваційний розвиток, регіональна політика, туризм.

Summary. The article summarizes scientific approaches to the innovative development of tourism and forms its methodological foundations with a focus on forming a regional tourism development policy. It was concluded that the analysis of the innovative modern development of tourism is impossible without taking into account the provisions of the system approach. In this case, the region as an object of regional tourism development policy should be analyzed as a regional tourism system. The main directions of innovative development of regional tourism systems are the formation of innovative infrastructure, the activation of innovative activities at enterprises, the improvement of the efficiency of the implementation and use of innovative technologies, the wider involvement of management and scientific and educational subsystems in the processes of generating and supporting innovations. Management of innovative tourism development in the region requires a unification of goals and coordination of efforts, which can be achieved in the process of formation and implementation of regional tourism development policy. The overall goal of the regional tourism development policy is to create a sustainable and profitable tourism industry that can improve the region's economic, social, and environmental situation. The importance of marketing aspects of regional tourism development policy is emphasized, which consists in increasing the attractiveness and competitiveness of the region as a tourist destination by popularizing its unique characteristics, cultural heritage, and natural monuments, as well as developing new tourist products and services, investing in infrastructure and branding. Such innovative principles of marketing strategies of regional tourism development as innovative approaches to the management of tourist destinations, territorial tourism branding, optimization of intercultural interaction, integrated information environment, and interactivity of the tourist market are highlighted. It was concluded that the goals of the regional tourism development policy are to balance the economic, social, and environmental impact of tourism, and to create a development model that is sustainable in the long term and beneficial to both the local population and tourists. Such a model in modern conditions should be based on an innovative paradigm.

Key words: innovative development, regional policy, tourism.

Постановка проблеми. Туризм є однією з найважливіших сфер національної економіки багатьох країн світу і забезпечує важливе джерело їх доходів. Найбільшого економічного успіху досягають країни, які надають велику увагу розвитку інноваційної сфери, що є основою створення нових наукових результатів. Створення й ефективне використання результатів інноваційної діяльності нині є найважливішими передумовами динамічного розвитку туристичної сфери. З огляду на це, у сучасних умовах розвиток туристичної галузі все більше потребує впровадження інновацій, які тепер стала одним із найважливіших факторів, що визначають рівень економічного розвитку та, відповідно, становища держави в міжнародному співтоваристві [6]. Особливе значення для розвитку туризму в регіоні має розробка інноваційних стратегій, зокрема інтегрованих у регіональну політику розвитку туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Роль інновацій в економічній системі, аналіз інноваційного розвитку економіки є предметом дослідження багатьох науковців серед яких П. Друкер [9],

Ф. Ніксон [10], Г. Й. Шумпетер [8] та ін. На працях згаданих авторів базуються і дослідження українських вчених — А. Голода [1], О. Давидової [3], О. Підвальної [7], та ін., що присвячені проблемам інноваційного розвитку туризму на регіональному рівні. Водночас інноваційний розвиток є процесом, що потребує управління, зокрема з боку державних та регіональних інституцій, а отже і сформованої регіональної політики, яка досі в Україні не була предметом ґрунтовних досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в узагальненні наукових підходів щодо інноваційного розвитку туризму та формуванні його методологічних засад з фокусом на формуванні регіональної політики розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу. Наукові підходи до трактування інновацій загалом є досить розрізненими, але переважно базуються на класичному розумінні цього поняття, що запропоноване Й. Шумпетером. У трактуванні інновацій простежується практикоорієнтований підхід та наявна чітка модернізаційна спрямованість на

особистісному, організаційному, галузевому та техніко-економічному рівнях [6].

Інноваційний розвиток — це зміни, які спрямовані на оновлення та якісний ріст ефективності процесів або продукції, що супроводжується переходом на новий рівень системної організації. Основними підходами до вивчення сутності інноваційного розвитку є предметно-технологічний та функціональний [2].

Основою розвитку туристичної сфери є створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби, що є неможливим без залучення інновацій [5]. Застосування інновацій у туристичній сфері спрямовані на формування нового туристичного продукту, надання унікальних туристичних послуг, застосування нових маркетингових підходів, використовуючи новітні техніки та ІТ-технології, що підвищить конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, призведе до появи нових видів туризму [3].

Аналіз сучасного інноваційного розвитку туризму неможливий без врахування положень системного підходу.

Цей підхід застосовується при вирішенні завдань за принципом «від загального до часткового», тобто розподілом об'єкта дослідження (систем) на підсистеми й елементи, встановленням реальних і прогнозованих зв'язків. При цьому специфічність складного об'єкту не обмежується лише особливостями структурних компонентів, а полягає, насамперед, у характері взаємодії між цими компонентами. Таким чином, у процесі аналізу з'ясовуються не лише причини того чи іншого явища, але й вплив цих зв'язків на кінцевий результат [4].

Водночас туристична діяльність має чітко виражений просторовий вимір, адже здійснюється на базі наявної територіальної концентрації туристичних ресурсів і об'єктів, а також інфраструктурних пунктів та мереж. З позицій публічного управління та адміністрування найоптимальнішим територіальним рівнем організації будь-яких видів господарської діяльності є регіон (насамперед у політико-адміністративному трактуванні). З огляду на це, а також на системний характер інноваційної діяльності в туризмі, на наш погляд, її варто аналізувати у структурі регіональних туристичних систем [6].

Управління інноваційним розвитком туризму в регіоні вимагає уніфікації цілей і координації зусиль, що може бути досягненим у процесі формування та реалізації регіональної політики розвитку туризму (стратегії, спрямованої на підвищення конкурентоспроможності економіки регіону шля-

хом промоції її туристичного сектору). Загальною метою регіональної політики розвитку туризму є створення стійкої та прибуткової індустрії туризму, яка може сприяти покращенню економічного, соціального та екологічного становища в регіоні.

Слід наголосити на функції туристичної сфери як рушій економічного зростання шляхом створення робочих місць, збільшення доходів бюджетів різних рівнів та залучення інвестицій, що може призвести до підвищення рівня життя місцевих громад і сприяти зменшенню територіальних диспропорцій між регіонами та окремими територіями.

Однією із цілей регіональної політики розвитку туризму є сприяння сталому розвитку туризму, який передбачає збереження навколишнього середовища та культурного надбання регіону для забезпечення довгострокового успіху туристичних дестинацій. Важливими завданнями у цьому контексті є мінімізація негативного впливу на навколишнє середовище з боку туризму та збереження природної і культурної спадщини, скорочення використання природних ресурсів і забезпечення відповідального використання дестинацій.

Соціальні цілі регіональної політики розвитку туризму включають сприяння соціальній консолідації в умовах міжкультурної взаємодії та позитивному сприйняттю туризму шляхом залучення місцевих громад до процесу планування його розвитку.

Слід наголосити на важливості маркетингових аспектів регіональної політики розвитку туризму, які полягають у підвищенні привабливості та конкурентоспроможності регіону як туристичного напрямку шляхом популяризації його унікальних характеристик, культурної спадщини та природних пам'яток, а також розробки нових туристичних продуктів і послуг, інвестування в інфраструктуру та брендинг.

У цьому контексті варто виокремити такі інноваційні засади маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму як інноваційні підходи до управління туристичними дестинаціями, територіальний туристичний брендинг, оптимізація міжкультурної взаємодії, інтегроване інформаційне середовище, інтерактивність туристичного ринку.

Загалом, цілі регіональної політики розвитку туризму полягають у збалансуванні економічного, соціального та екологічного впливу туризму, створенні моделі розвитку, яка є стійкою у довгостроковій перспективі і вигідною як місцевому населенню, так і туристам. Така модель у сучасних умовах неодмінно має базуватися на інноваційній парадигмі.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Інноваційний розвиток як пріоритетний напрям підвищення конкурентоздатності ту-

ристичних підприємств, DESTИНАЦІЙ, РЕГІОНІВ та держав має складну структуру та системний характер. Основними напрямками інноваційного розвитку регіональних туристичних систем є формування інноваційної інфраструктури (зокрема, у вигляді туристичних кластерів), активізація інноваційної діяльності на підприємствах, підвищення ефективності впровадження і використання інноваційних технологій, ширше залучення управлінської та науково-освітньої підсистем до процесів генерування та підтримки інновацій.

Регіональна політика розвитку туризму є складною та багатогранною сферою, що має еко-

номічний, соціальний та екологічний виміри. Щоб бути успішною, така політика має базуватися на комплексному підході, який враховує різні напрями туризму та специфічні характеристики регіону. Крім того, вкрай важливо залучати місцеві громади до процесу планування розвитку туризму, щоб гарантувати, що всі члени громади отримують переваги від цього виду діяльності. Фундаментальною для забезпечення довгострокового успіху туристичної політики в регіоні є модель сталого розвитку, яка враховує необхідність збереження навколишнього середовища та культурної спадщини як важливих туристичних ресурсів.

Література

1. Голод А. П. Інноваційні фактори безпеки регіональних туристичних систем. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. № 15. С. 160–163.
2. Горбач Л. М., Кобук А. Л. Інноваційний розвиток у сучасному світі: основні підходи до вивчення. Економіка і менеджмент: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку. 2017. № 10. С. 19–22.
3. Давидова О. Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика: монографія. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. 448 с.
4. Дибкова Л. М. Системний підхід при проведенні оцінювання результатів навчальної діяльності студентів ВНЗ. Наукові записки НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія: Педагогічні та історичні науки. 2014. № 122. С. 34–43.
5. Мальська М. П., Філь М. І., Пандяк І. Г. Гастрономічний туризм: навч. посіб. Київ: Каравела, 2021. 304 с.
6. Никига О. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в регіоні (на прикладі Львівської області): дис. ... д-ра філософії: 242. Львів, 2022. 213 с.
7. Підвальна О. Г. Формування механізму управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні. Підприємництво та інновації. 2019. № 10. С. 107–113.
8. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Київ: Вид. дім «Києво-Могилян. акад.», 2011. 242 с.
9. Drucker P. F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. New York: Harper and Row Publishers, 1985. 285 p.
10. Nixon F. Managing to achieve quality and reliability. 1971. 290 p.

References

1. Holod A. P. (2016), "Innovative safety factors of regional tourism systems", *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Ekonomika i menedzhment*, № 15, pp. 160–163.
2. Horbach L. M., Kobuk A. L. (2017), "Innovative development in the modern world: main approaches to study", *Ekonomika i menedzhment: perspektyvy intehratsii ta innovatsiinoho rozvytku*, № 10, pp. 19–22.
3. Davydova O. Yu. (2018), "Innovative management of the development of hotel and restaurant enterprises: methodology, theory and practice: monograph", *Kharkiv: Vyd-vo Ivanchenka I. S.*, 448 p.
4. Dybkova L. M. (2014), "A systematic approach in evaluating the results of educational activities of university students", *Naukovi zapysky NPU imeni M. P. Drahomanova. Serii: Pedagogichni ta istorychni nauky*, № 122, pp. 34–43.
5. Malska M. P., Fil M. I., Pandiak I. H. (2021), "Gastronomic tourism: education. manual", *Kyiv: Karavela*, 304 p.
6. Nykyha, O. (2022), "Innovative development of gastronomic tourism in the region (on the example of Lviv region)", *dys. ... d-ra filosofii: 242, Lviv*, 213 p.
7. Pidvalna O. H. (2019), "Formation of a mechanism for managing innovative activities of companies in the tourism industry in the region", *Pidprijemnytstvo ta innovatsii*, № 10, pp. 107–113.
8. Shumpeter Y. (2011), "Theory of economic development. Research of profits, capital, credit, interest and economic cycle", *Kyiv: Vyd. dim "Kyievo-Mohyl. akad."*, 242 p.
9. Drucker P. F. (1985), *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, New York: Harper and Row Publishers, 285 p.
10. Nixon F. (1971), *Managing to achieve quality and reliability*, 290 p.

Далик Володимир Петрович
кандидат економічних наук, доцент
Національний університет «Львівська політехніка»
Dalyk Volodymyr
PhD in Economics, Associate Professor
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-0004-2270

Ільчишин Микола Зіновійович
аспірант
Національного університету «Львівська політехніка»
Ichyshyn Mykola
Postgraduate Student of the
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-0781-5934

Денека Василь Романович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Deneka Vasyl
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0001-8013-0515

Ярмус Степан Станіславович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Yarmus Stepan
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-3388-6413

Феник Володимир Орестович
аспірант
Львівського університету бізнесу та права
Fenyk Volodymyr
Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0001-6407-8681

Візняк Юрій Ярославович
кандидат економічних наук, доцент, докторант
Львівського університету бізнесу та права
Vizniak Yurii
PhD in Economics, Associate Professor, Doctoral Candidate of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0003-3394-0448

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8558

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТА РОЗМІЩЕННЯ ВИРОБНИЦТВА БІЗНЕС-СТРУКТУРИ З ОПТИМАЛЬНИМ РОЗПОДІЛОМ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ РИЗИКУ

ECONOMIC-MATHEMATICAL MODEL FOR PLANNING THE DEVELOPMENT AND PLACEMENT OF PRODUCTION OF A BUSINESS STRUCTURE WITH OPTIMAL DISTRIBUTION OF INVESTMENT RESOURCES UNDER RISK CONDITIONS

Анотація. Однією із найважливіших складових діагностики конкурентоспроможності виробничих бізнес-структур є системний аналіз та комплексне оцінювання параметрів фінансово-економічної, виробничої і комерційної ефективності діяльності бізнес-структури в умовах ризику. Визначено, що сьогодні актуальним і важливим питанням є необхідність формування нових і удосконалення наявних положень (як теоретичних, так і практичних) щодо планування розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику із використанням математичного моделювання. З огляду на це, метою дослідження є розробити економіко-математичну модель планування розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику. За результатами дослідження у статті запропоновано математичну модель і на її основі сформовано множини критеріїв та співвідношень для планування розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику. В основі цієї моделі лежить функціональний зв'язок між прибутками, інвестиціями та ризиками. Також представлено множину економічних величин, параметрів і співвідношень, які забезпечують ефективну і результативну реалізацію інвестиційної політики бізнес-структури. Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні економіко-математичної моделі інвестиційної політики підприємства, в основі якої лежить функціональний зв'язок між прибутками, інвестиціями та ризиками. Модель враховує розширений набір економічних параметрів і в ній, на відміну від існуючих, враховано функцію компромісу між інвестиціями, ризиками і прибутком. Водночас запропоновано врахувати основні положення і рекомендації національного стандарту ДСТУ ISO/IEC 38500:2016 (ISO/IEC 38500:2015, IDT) «Інформаційні технології. Управління ІТ в організації» при вирішенні цієї економічної задачі. Такого типу підхід дозволяє зменшити множину неточних і неадекватних результатів у контексті інвестиційної політики бізнес-структури. Подальші дослідження, виходячи із дослідження бізнес-операцій і економічної діагностики, доцільно проводити в напрямі вивчення практичних питань щодо залучення і використання інвестиційних ресурсів на підприємстві з метою розроблення нового або удосконалення існуючого інструментарію підвищення ефективності і результативності управління ними (тобто інвестиційними ресурсами), в умовах ризику і невизначеності.

Ключові слова: бізнес-структура, виробництво, інвестиції, інвестиційні ресурси, розвиток бізнес-структури, управлінські рішення, продукція, бізнес-ризик, результат, прибуток.

Summary. One of the most important components of the diagnosis of the competitiveness of production business structures is the systematic analysis and comprehensive assessment of the parameters of the financial-economic, production and commercial efficiency of the business structure under risk conditions. It was determined that today a relevant and important issue is the need to form new and improve existing provisions (both theoretical and practical) regarding planning the development and location of production of a business structure with the optimal distribution of investment resources under risk conditions using mathematical modeling. In view of this, the purpose of the study is to develop an economic-mathematical model for planning the development and placement of production of a business structure with the optimal distribution of investment resources under risk conditions. Based on the results of the research, the article proposed a mathematical model and based on it, a set of criteria and ratios were formed for planning the development and placement of production of a business structure with the optimal distribution of investment resources under risk conditions. At the heart of this model is the functional relationship between profits, investments and risks. Also presented are a set of economic values, parameters and ratios that ensure effective and efficient implementation of the investment policy of the business structure. The scientific novelty of the obtained results lies in the improvement of the economic-mathematical model of the enterprise's investment policy, which is based on the functional

relationship between profits, investments and risks. The model takes into account an expanded set of economic parameters and, unlike the existing ones, it takes into account the function of compromise between investments, risks and profit. At the same time, it is proposed to take into account the main provisions and recommendations of the national standard of DSTU ISO/IEC 38500:2016 (ISO/IEC 38500:2015, IDT) «Information technologies. IT management in the organization», when solving this economic problem. This type of approach allows you to reduce the number of inaccurate and inadequate results in the context of the investment policy of the business structure. Further research, based on the study of business operations and economic diagnostics, should be conducted in the direction of studying practical issues regarding the attraction and use of investment resources at the enterprise with the aim of developing new or improving the existing tools for increasing the efficiency and effectiveness of their management (i.e. investment resources), in the conditions risk and uncertainty.

Key words: business structure, production, investment, investment resources, business structure development, management decisions, products, business risks, result, profit.

Постановка проблеми. Як відомо, однією із найважливіших складових діагностики конкурентоспроможності виробничих бізнес-структур є системний аналіз та комплексне оцінювання параметрів фінансово-економічної, виробничої і комерційної ефективності діяльності бізнес-структури в умовах ризику [1–36].

З огляду на це, враховуючи думку керівників бізнес-структур, з'ясовано, що сьогодні одним із практичних питань, яке тривалий час потребує нагального вирішення, є оптимальний вибір конкретних варіантів розвитку та розміщення бізнес-структур, який повинен враховувати обсяги інвестиційних ресурсів, які можна буде використати для підтримки і нарощування виробничих потужностей. Водночас тут необхідно врахувати і те, що на практиці при розробленні і реалізації управлінських рішень у цьому напрямі може застосовуватися вимога, яка стосується мінімізації необхідних загальних зведених інвестиційних витрат, а також витрат на виробництво певних видів продукції та на їх перевезення до споживачів в умовах ризику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За результатами аналізу літератури з'ясовано, що деякі аспекти (теоретичні, практичні) у цьому напрямі (за проблемою) розглянуто у працях таких вчених та практиків, як Н. Богацька [1], В. Войцеховський [2], З. Жученко [3], С. Іщук [4], Н. Караван [5], О. Карагодова, В. Кігель, В. Рожок [6], І. Кривов'язюк, Т. Божидарнік [7], А. Ладанюк, С. Голованов, Н. Луцька [8], В. Лук'янова [9], О. Мельник [10], В. Отенко [11], Й. Петрович, О. Ткаченко [12], Н. Піскунова, М. Федорець, К. Піскунова [13], Ю. Погорелов [14–17], В. Пономаренко, О. Тридід, М. Кизим [18], Т. Прокопенко [19], В. Прохорова, О. Давидова [20], Г. Рачинська, Л. Лісовська [21], Ж. Семчук [22], Р. Скриньковський [22–27], В. Собчук [28], С. Юдіна, О. Ситнік [29] та інші [30–35].

Поряд з тим, виходячи з аналізу понять (економічних категорій) «розвиток бізнес-структури», «управлінські рішення», «виробнича діяльність», «виробнича система», «управління виробництвом», «оптимальний розподіл інвестиційних ресурсів», «дослідження операцій», «економічна діагностика» і «бізнес-ризик», з'ясовано, що актуальною проблемою є необхідність формування нових і удосконалення наявних положень (як теоретичних, так і практичних) щодо планування розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику із використанням математичного моделювання. Першим важливим кроком до вирішення цієї проблеми, виходячи із дослідження операцій і економічної діагностики бізнес-структур, є розроблення економіко-математичної моделі планування розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику.

Мета статті. Метою статті є розробити економіко-математичну модель планування розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Так, за результатами аналізу досліджень і публікацій [1–35], враховуючи при цьому практику ведення бізнесу, з'ясовано, що для економіко-математичного моделювання поставленої задачі, виходячи із дослідження операцій і економічної діагностики бізнес-структур, необхідно врахувати такі основні позначення для величин і розглянути відповідну множину параметрів, а саме:

k — індекс (номер) бізнес-структури, реальної (існуючої) або прогнозованої (запроектованої) ($k = 1, 2, \dots, a$);

s — індекс (номер) варіанту технологічного способу виробництва (далі — ТСВ) в контексті розвитку k -ої бізнес-структури ($s = 1, 2, \dots, b(k)$);

L_{ks} — можливий річний обсяг випуску продукції k -ої бізнес-структури з урахуванням s -го ТСВ;
 I_{ks} — інвестиційні витрати, які відповідають L_{ks} ;
 P_{ks} — ймовірність реалізації s -го варіанту ТСВ для k -ої бізнес-структури;

Ω — сумарний ймовірний обсяг інвестиційних витрат, які відповідають оптимальному функціонуванню і розвитку бізнес-структури;

α — коефіцієнт ефективності інвестицій (норма дисконту);

X_{ks} — вартість одиниці продукції, яка відповідає L_{ks} ;

i — номер споживача продукції ($i = 1, 2, \dots, m$);

g_i — попит на продукцію з боку i -го споживача;

Y_{ki} — транспортні витрати, що стосуються перевезення продукції і які відповідають L_{ks} ;

h_{ks} — обсяг виробництва продукції, який відповідає L_{ks} ;

c_{ki} — обсяг транспортування продукції з k -ої бізнес-структури до i -го споживача;

Ψ — загальні (постійні і змінні) витрати на інвестування, виробництво і транспортування продукції;

U_{ks} — прибуток від реалізації продукції k -ої бізнес-структури відповідно до L_{ks} ;

Z_{ks} — збитки, які відповідають L_{ks} .

З урахуванням представлених вище величин і множини параметрів економіко-математичну модель планування розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику рекомендується описати формулами (1), (2) [1–35]:

$$\Psi(\Omega) = \alpha \sum_{k=1}^a \sum_{s=1}^{b(k)} I_{ks} P_{ks} + \sum_{k=1}^a \sum_{s=1}^{b(k)} X_{ks} h_{ks} + \sum_{k=1}^a \sum_{i=1}^m Y_{ki} c_{ki} \Rightarrow \min, \quad (1)$$

$$\beta \sum_{k=1}^a \sum_{s=1}^{b(k)} P_{ks} U_{ks} - \gamma \sum_{k=1}^a \sum_{s=1}^{b(k)} P_{ks} Z_{ks} - \eta \Psi(\Omega) \Rightarrow \text{opt}, \quad (\beta + \gamma + \eta = 1). \quad (2)$$

Тут β , γ , η — коефіцієнти вагомості, для аналізу і оцінювання яких використовують експертний метод. Співвідношення (2) являє собою функцію компромісу. У співвідношенні (2) перша сума представляє інтегральний прибуток [10; 15; 18; 31–33] бізнес-структури, для якого характерна певна тенденція зростання. Друга сума у (2) являє собою інтегральний ризик [9; 17; 18; 25; 27; 34; 35] бізнес-структури і для нього характерна тенденція мінімізації.

Обмежуючі співвідношення стосовно параметрів моделі (1), (2) наступні:

$$\sum_{k=1}^a \sum_{s=1}^{b(k)} I_{ks} P_{ks} \leq \Omega; \quad 0 \leq h_{ks} \leq L_{ks};$$

$$\sum_{s=1}^{b(k)} h_{ks} = \sum_{i=1}^m c_{ki}; \quad c_{ki} \geq 0. \quad (3)$$

В сучасній теорії і практиці інвестиційного аналізу для оцінювання рівня ризику використовують такий параметр, як «бета-коефіцієнт активів». Цей параметр дає можливість встановити: наскільки зміняться доходи бізнес-структури від інвестицій під час зміни ринкової ситуації у процесах розподілу, в умовах швидких змін. Так, бета-коефіцієнт активів β_{as} представимо у вигляді співвідношення (4):

$$\beta_{as} = \beta_{bn} \frac{D_{pb}}{D_{pb} + D_{pa}} + \beta_{ac} \frac{D_{pa}}{D_{pb} + D_{pa}}, \quad (4)$$

де β_{bn} — бета-коефіцієнт облігацій, який характеризує рівень ризику облігацій; D_{pb} — ринкова ціна облігацій; D_{pa} — ринкова ціна акцій; β_{ac} — бета-коефіцієнт акцій, який визначають за рівнем доходу на акцію.

В залежності від D_{pb} , D_{pa} змінюються умови рентабельності і відповідний коефіцієнт запасу міцності K_{SS} має вигляд:

$$K_{SS} = (Q_F - Q_B) / Q_F. \quad (5)$$

Тут Q_F — фактичний обсяг реалізації продукції; Q_B — обсяг реалізації продукції бізнес-структури, який відповідає точці беззбитковості.

Для оцінювання Q_B у точці беззбитковості використаємо економіко-математичне співвідношення:

$$Q_B = \Psi_{cn} / (X_{pr} - \Psi_{zm}), \quad (6)$$

де Ψ_{cn} , Ψ_{zm} — постійні витрати за весь випуск і змінні витрати в розрахунку на одиницю продукції відповідно; X_{pr} — ціна одиниці продукції без врахування податку на додану вартість.

Щоб уточнити параметр Q_B (для певного інвестиційного проекту) з урахуванням процедури оцінювання ризику використаємо вираз:

$$Q_{BU} = Q_B / (1 - \Psi_{zm} / \Sigma_{NP}). \quad (7)$$

Тут Q_{BU} — уточнене значення параметра Q_B ; Σ_{NP} — чистий дохід від реалізації одиниці продукції. На основі Q_{BU} визначаємо межу безпеки проекту ΔQ (запас фінансової міцності) та індекс безпеки проекту I_Q за доходом:

$$\Delta Q = Q_{BU} - Q_B, \quad I_Q = \Delta Q / Q_{BU}. \quad (8)$$

Водночас необхідно врахувати економічні (цінові) і маркетингові параметри продукції, а також відповідні індекси безпеки і споживчих параметрів (технічні, експлуатаційні, ресурсоекономічні, нормативно-регламентні тощо [10]) для окремих видів продукції, тобто I_Q , I_X , I_Ψ (I_X , I_Ψ — індекси споживчих параметрів за ціною та змінними витратами в розрахунку на одиницю продукції). Числові значення I_X , I_Ψ визначаємо аналогічно як I_Q :

$$I_X = (X_{pr} - X_B) / X_{pr}, \quad I_\Psi = (\Psi_{zm} - \Psi_B) / \Psi_{zm}, \quad (9)$$

де X_B , Ψ_B — значення ціни продукції та змінних витрат в розрахунку на одиницю реалізованої продукції для точки беззбитковості (точки нульового прибутку або нульових збитків).

Алгоритм розв'язування такого типу економічних задач, що відповідають економіко-математичній моделі (1)–(9), враховуючи інформацію у праці [6] (щодо дослідження операцій), необхідно привести до задачі динамічного програмування. В результаті розв'язування задачі динамічного програмування для бізнес-структури встановлюємо оптимальні інтегральні значення параметрів:

$$\begin{aligned} \Omega &= \Omega(\beta_{as}, K_{SS}, I_Q, I_X, I_\Psi), \\ \Psi &= \Psi(\beta_{as}, K_{SS}, I_Q, I_X, I_\Psi). \end{aligned} \quad (10)$$

Отримані значення параметрів типу (10), а також інших факторів та коефіцієнтів економіко-математичної моделі (1)–(9) характеризують оптимальний розподіл інвестиційних ресурсів для бізнес-структур в умовах ризику. Модель (1)–(9) є досить громіздкою з точки зору кількості математичних обчислень, оскільки в ній є велика множина параметрів, факторів і коефіцієнтів.

Для реалізації задачі динамічного програмування, яка відповідає економіко-математичній моделі (1)–(9), необхідно використати методи і засоби інформаційних технологій, а також врахувати основні положення національного стандарту ДСТУ ISO/IEC 38500:2016 (ISO/IEC 38500:2015, IDT) «Інформаційні технології. Управління ІТ в організації» [36].

Таким чином, відповідні критерії (1), (2), обмеження (3), а також представлені вище допоміжні співвідношення дозволяють сформулювати економіко-математичну модель (1)–(10) і на її основі сформулювати рекомендації щодо плануван-

ня розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику. В основі моделі лежить функціональний зв'язок між прибутками, інвестиціями та ризиками, а також множина відповідних економічних величин, параметрів і математичних співвідношень. Це дозволить забезпечити ефективну і результативну реалізацію інвестиційної політики бізнес-структури.

Висновки і перспективи подальших досліджень. За результатами проведеного дослідження, враховуючи деякі ідеї і положення у працях [1–35], запропоновано математичну модель і на її основі сформовано множину критеріїв та співвідношень для планування розвитку та розміщення виробництва бізнес-структури з оптимальним розподілом інвестиційних ресурсів в умовах ризику. В основі цієї моделі лежить функціональний зв'язок між прибутками, інвестиціями та ризиками. Також представлено множину економічних величин, параметрів і співвідношень, які забезпечують ефективну і результативну реалізацію інвестиційної політики бізнес-структури.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні економіко-математичної моделі інвестиційної політики підприємства, в основі якої лежить функціональний зв'язок між прибутками, інвестиціями та ризиками. Модель враховує розширений набір економічних параметрів і в ній, на відміну від існуючих, враховано функцію компромісу між інвестиціями, ризиками і прибутком. Водночас запропоновано врахувати основні положення і рекомендації національного стандарту ДСТУ ISO/IEC 38500:2016 (ISO/IEC 38500:2015, IDT) «Інформаційні технології. Управління ІТ в організації» при вирішенні цієї економічної задачі. Такого типу підхід дозволяє зменшити множину неточних і неадекватних результатів у контексті інвестиційної політики бізнес-структури.

Подальші дослідження, виходячи із дослідження бізнес-операцій і економічної діагностики, доцільно проводити в напрямі вивчення практичних питань щодо залучення і використання інвестиційних ресурсів на підприємстві з метою розроблення нового або удосконалення існуючого інструментарію підвищення ефективності і результативності управління ними (тобто інвестиційними ресурсами), в умовах ризику і невизначеності.

Література

1. Богацька Н. М. Прибуток підприємства: його роль, формування та резерви збільшення в умовах ринкової економіки // Ефективна економіка. 2019. № 9. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.30>
2. Войцеховский В. Б. Моделирование и оптимизация развития производства. Киев: Техніка, 1980. 128 с.
3. Жученко З. О. Інвестиційні ресурси підприємств: механізм регулювання // Інвестиції: практика та досвід. 2009. № 20. С. 16–19.
4. Іщук С. О. Управління виробничою системою на основі критеріїв технологічної доцільності та економічної ефективності // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Економічні проблеми розвитку виробництва регіону: Щорічник наук. праць. 2001. Вип. 31. С. 20–29.
5. Караван Н. А. Особливості формування інвестиційних ресурсів підприємства // Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 17. С. 6–9.
6. Карагодова О. О., Кігель В. Р., Рожок В. Д. Дослідження операцій. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 256 с.
7. Кривов'язюк І. В., Божидарнік Т. В. Комплексна економічна діагностика підприємства: монографія. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2012. 226 с.
8. Ладанюк А. П., Голованов С. О., Луцька Н. М. Технологічні об'єкти в структурі оперативної оптимізації виробництва // Східно-Європейський журнал передових технологій. 2010. № 2/4 (44). С. 41–43.
9. Лук'янова В. В. Механізм діагностики діяльності підприємств з урахуванням ризику: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.04 / Інститут економіки промисловості НАН України. Донецьк, 2009. 32 с.
10. Мельник О. Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 344 с.
11. Отенко В. І., Погорелов Ю. С. Модель розвитку підприємства як основа його стратегічного вибору // Бізнес Інформ. 2017. № 11. С. 448–453.
12. Петрович Й., Ткаченко О. Удосконалення організаційно-економічних методів управління технічною підготовкою виробництва нової техніки. Львів. 1994. 45 с. ISBN 5-7707-6700-6.
13. Піскунова Н., Федорець М., Піскунова К. Аналіз витрат виробництва як важлива ланка ефективного управління промислового підприємства // Економічний аналіз. 2013. Т. 13. С. 357–364.
14. Погорелов Ю. С. Моделювання розвитку підприємства // Актуальні проблеми економіки. 2009. № 10 (100). С. 51–59.
15. Погорелов Ю. С. Природа, рушійні сили та способи розвитку підприємства: монографія. Харків: АдвАТМ, 2010. 352 с.
16. Погорелов Ю. С. Способи розвитку підприємства: умови та результативність використання // Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2017. № 1(1). С. 76–84.
17. Погорелов Ю. С., Козаченко Г. В. Інструментарій сталого розвитку підприємства в умовах кризи // Бізнес Інформ. 2021. № 4. С. 285–293. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-285-293>
18. Пономаренко В. С., Тридід О. М., Кизим М. О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. 328 с.
19. Прокопенко Т. О., Ладанюк А. П. Інформаційні технології управління організаційно-технологічними системами: монографія. Черкаси: Вертикаль, 2015. 223 с.
20. Прохорова В. В., Давидова О. Ю. Організація виробництва. Харків: Вид-во Іванченка І. С., 2018. 275 с.
21. Рачинська Г. В., Лісовська Л. С. Оцінювання рівня технологічного розвитку підприємств // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2011. № 698: Проблеми економіки та управління. С. 277–281.
22. Семчук Ж. В., Скриньковський Р. М. Система діагностики інвестиційної діяльності підприємства: теоретичні засади та методичні положення // Агросвіт. 2015. № 8. С. 12–17.
23. Скриньковський Р. М. Діагностика використання трудових, матеріальних, фінансових та енергетичних ресурсів підприємства як інструмент управління елементами його виробничо-господарської діяльності // Проблеми економіки. 2015. № 1. С. 249–254.
24. Скриньковський Р. М. Діагностика техніко-технологічної бази, організаційного рівня і ресурсо- та енергозбереження підприємства в контексті економії витрат, бездефектності та ритмічності виробництва // Бізнес Інформ. 2015. № 5. С. 178–184.
25. Скриньковський Р. М. Діагностика фінансового, виробничого, трудового, соціально-економічного та інноваційно-інвестиційного потенціалів і аналіз потенційних ризиків підприємства в умовах невизначеності // Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 186–193.

26. Скриньковський Р. М. Система діагностики виробничої діяльності підприємства з урахуванням науково-технічного та інноваційного розвитку // *Економіка та держава*. 2015. № 5. С. 51–53.
27. Скриньковський Р. М., Крамар О. М., Замула Х. П., Хмиз В. Т., Візник Ю. Я., Гудима В. В., Горбонос Ф. В., Тиркало Ю. С., Павленчик Н. Ф. Особливості обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькими ризиками // *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2021. № 12(56), 3 т. С. 23–33. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-12-7813>
28. Собчук В. В. Математична модель технологічного процесу на виробничому підприємстві // *Застосування програмного забезпечення в інфокомунікаційних технологіях: Збірник тез Всеукраїнської науково-технічної конференції* (м. Київ, 05.02.2020 р.). Київ: ДУТ, 2020. С. 14–16.
29. Юдіна С., Ситнік О. Чинники, що впливають на обсяг прибутку підприємства // *Таврійський науковий вісник*. Серія: Економіка. 2022. Вип. 13. С. 184–190.
30. Skrynkovsky R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://dx.doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
31. Skrynkovsky R. M., Sopilnyk L. I., Tsyuh S. I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform.* 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
32. Skrynkovsky R., Pavlenchuk N., Horbonos F., Protsiuk T. Improvement of the express diagnostics of the production activity of the enterprise taking into account the method of determining the optimal production programs in the operational management system // *Technology Audit and Production Reserves*. 2018. Vol. 6, No. 4(44). P. 4–10. doi: <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2018.147968>
33. Skrynkovsky R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevsky I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>
34. Skrynkovsky R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // *Path of Science*. 2021. Vol. 7, No. 12. P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>
35. Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Causes, Consequences and Management (Theoretical Aspects) // *Path of Science*. 2022. Vol. 8, No. 1. P. 3010–3017. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.78-4>
36. ДСТУ ISO/IEC 38500:2016 «Інформаційні технології. Управління ІТ в організації» (ISO/IEC 38500:2015, IDT). Національний стандарт України. URL: http://online.budstandart.com.ua/catalog/doc-page?id_doc=69054 (дата доступу: 29.12.2022).

References

1. Bohatska N. M. Prybutok pidpriemstva: yoho rol, formuvannya ta rezervy zbilshennia v umovakh rynkovoi ekonomiky // *Efektivna ekonomika*. 2019. № 9. doi: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.9.30>
2. Voytsekhovskiy V. B. Modelirovanie i optimizatsiya razvitiya proizvodstva. Kiev: Tekhnika, 1980. 128 s.
3. Zhuchenko Z. O. Investytsiini resursy pidpriemstv: mekhanizm rehuliuвання // *Investytsii: praktyka ta dosvid*. 2009. № 20. S. 16–19.
4. Ishchuk S. O. Upravlinnia vyrobnychoiu systemoiu na osnovi kryteriiv tekhnolohichnoi dotsilnosti ta ekonomichnoi efektyvnosti // *Sotsialno-ekonomichni doslidzhennia v perekhidnyi period. Ekonomichni problemy rozvytku vyrobnytstva rehionu: Shchorichnyk nauk. prats*. 2001. Vyp. 31. S. 20–29.
5. Karavan N. A. Osoblyvosti formuvannya investytsiinykh resursiv pidpriemstva // *Investytsii: praktyka ta dosvid*. 2014. № 17. S. 6–9.
6. Karahodova O. O., Kihel V. R., Rozhok V. D. Doslidzhennia operatsii. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2007. 256 s.
7. Kryvoviazuk I. V., Bozhydarnik T. V. Kompleksna ekonomichna diahnozyka pidpriemstva: monohrafiia. Lutsk: RVV Lutskoho NTU, 2012. 226 s.
8. Ladaniuk A. P., Holovanov S. O., Lutska N. M. Tekhnolohichni obiekty v strukturi operatyvnoi optymizatsii vyrobnytstva // *Skhidno-Yevropeyskyi zhurnal peredovykh tekhnolohii*. 2010. № 2/4 (44). S. 41–43.
9. Lukianova V. V. Mekhanizm diahnozyky diialnosti pidpriemstv z urakhuvanniam ryzyku: avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk: 08.00.04 / Instytut ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy. Donetsk, 2009. 32 s.
10. Melnyk O. H. Systemy diahnozyky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna kontseptsiia ta instrumentarii: monohrafiia. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2010. 344 s.

11. Otenko V.I., Pohorelov Y.S. Model rozvytku pidprijemstva yak osnova yoho stratehichnogo vyboru // *Biznes Inform.* 2017. № 11. S. 448–453.
12. Petrovych Y., Tkachenko O. Udoskonalennia orhanizatsiino-ekonomichnykh metodiv upravlinnia tekhnichnoiu pidhotovkoiu vyrobnytstva novoi tekhniky. Lviv. 1994. 45 s. ISBN 5-7707-6700-6.
13. Piskunova N., Fedorets M., Piskunova K. Analiz vytrat vyrobnytstva yak vazhlyva lanka efektyvnoho upravlinnia promysloвого pidprijemstva // *Ekonomichnyi analiz.* 2013. T. 13. S. 357–364.
14. Pohorelov Y.S. Modeliuvannia rozvytku pidprijemstva // *Aktualni problemy ekonomiky.* 2009. № 10 (100). S. 51–59.
15. Pohorelov Y.S. Pryroda, rushiini syly ta sposoby rozvytku pidprijemstva: monohrafiia. Kharkiv: AdvATM, 2010. 352 s.
16. Pohorelov Y.S. Sposoby rozvytku pidprijemstva: umovy ta rezultatyvnist vykorystannia // *Ekonomichnyi zhurnal Odeskoho politekhnichnogo universytetu.* 2017. № 1(1). S. 76–84.
17. Pohorelov Y.S., Kozachenko H.V. Instrumentarii staloho rozvytku pidprijemstva v umovakh kryzy // *Biznes Inform.* 2021. № 4. S. 285–293. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-4-285-293>
18. Ponomarenko V.S., Trydid O.M., Kyzym M.O. Stratehiia rozvytku pidprijemstva v umovakh kryzy: monohrafiia. Xarkiv: VD «INZhEK», 2003. 328 s.
19. Prokopenko T.O., Ladaniuk A.P. Informatsiini tekhnologii upravlinnia orhanizatsiino-tekhnolohichnymy systemamy: monohrafiia. Cherkasy: Vertykal, 2015. 223 s.
20. Prokhorova V.V., Davydova O.Y. Orhanizatsiia vyrobnytstva. Kharkiv: Vyd-vo Ivanchenka I.S., 2018. 275 s.
21. Rachynska H.V., Lisovska L.S. Otsiniuvannia rivnia tekhnolohichnogo rozvytku pidprijemstv // *Visnyk Natsionalnogo universytetu «Lvivska politekhnika».* 2011. № 698: Problemy ekonomiky ta upravlinnia. S. 277–281.
22. Semchuk Z.V., Skrynkovskyy R.M. Systema diahnostryky investytsiinoi diialnosti pidprijemstva: teoretychni zasady ta metodychni polozhennia // *Ahrosvit.* 2015. № 8. S. 12–17.
23. Skrynkovskyy R.M. Diahnostryka vykorystannia trudovykh, materialnykh, finansovykh ta enerhetychnykh resursiv pidprijemstva yak instrument upravlinnia elementamy yoho vyrobnycho-hospodarskoi diialnosti // *Problemy ekonomiky.* 2015. № 1. S. 249–254.
24. Skrynkovskyy R.M. Diahnostryka tekhniko-tekhnolohichnoi bazy, orhanizatsiinoho rivnia i resurso- ta enerhozberezhennia pidprijemstva v konteksti ekonomii vytrat, bezdefektnosti ta rytmichnosti vyrobnytstva // *Biznes Inform.* 2015. № 5. S. 178–184.
25. Skrynkovskyy R.M. Diahnostryka finansovoho, vyrobnychoho, trudovoho, sotsialno-ekonomichnogo ta innovatsiino-investytsiinoho potentsialiv i analiz potentsiinykh ryzykiv pidprijemstva v umovakh nevyznachenosti // *Problemy ekonomiky.* 2015. № 2. S. 186–193.
26. Skrynkovskyy R.M. Systema diahnostryky vyrobnychoi diialnosti pidprijemstva z urakhuvanniam naukovotekhnichnogo ta innovatsiinoho rozvytku // *Ekonomika ta derzhava.* 2015. № 5. S. 51–53.
27. Skrynkovskyy R.M., Kramar O.M., Zamula K.P., Khmyz V.T., Vizniak Y.Y., Hudyma V.V., Horbonos F.V., Tyrkalo Y.Y., Pavlenchuk N.F. Osoblyvosti oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia pidprijemnytskymy ryzykamy // *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka».* Serii: «Ekonomichni nauky». 2021. № 12(56), 3 t. S. 23–33. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-12-7813>
28. Sobchuk V.V. Matematychna model tekhnolohichnogo protsesu na vyrobnychomu pidprijemstvi // *Zastosuvannia prohramnoho zabezpechennia v infokomunikatsiinykh tekhnolohiiakh: Zbirnyk tez Vseukrainskoi naukovotekhnichnoi konferentsii (m. Kyiv, 05.02.2020 r.).* Kyiv: DUT, 2020. S. 14–16.
29. Yudina S., Sytnik O. Chynnyky, shcho vplyvaiut na obsiah prybutku pidprijemstva // *Tavriiskyi naukovyi visnyk.* Serii: *Ekonomika.* 2022. Vyp. 13. S. 184–190.
30. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // *Journal of Optimization in Industrial Engineering.* 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://dx.doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
31. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform.* 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
32. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Horbonos F., Protsiuk T. Improvement of the express diagnostics of the production activity of the enterprise taking into account the method of determining the optimal production programs in the operational management system // *Technology Audit and Production Reserves.* 2018. Vol. 6, No. 4(44). P. 4–10. doi: <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2018.147968>

33. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>

34. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // *Path of Science*. 2021. Vol. 7, No. 12. P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>

35. Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Causes, Consequences and Management (Theoretical Aspects) // *Path of Science*. 2022. Vol. 8, No. 1. P. 3010–3017. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.78-4>

36. DSTU ISO/IEC 38500:2016 «Informatsiini tekhnolohii. Upravlinnia IT v orhanizatsii» (ISO/IEC 38500:2015, IDT). Natsionalnyi standart Ukrainy. URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=69054 (date of access: 29.12.2022).

Жмуденко Вікторія Олександрівна
кандидат економічних наук, доцент
Уманський національний університет садівництва
Zhmudenko Viktoriia
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Uman National University of Horticulture
ORCID: 0000-0002-6756-8288

Дяченко Микола Іванович
кандидат сільськогосподарських наук, доцент
Уманський національний університет садівництва
Diachenko Mykola
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Uman National University of Horticulture
ORCID: 0000-0003-4997-5020

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8553

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ

FEATURES OF THE INVESTMENT CLIMATE OF UKRAINE'S SECTORS OF THE ECONOMY DURING THE WAR

Анотація. У статті розглянуто теоретичні та практичні основи інвестиційної діяльності в галузі економіки в тому числі і аграрного сектора України в умовах війни. Розкрито економічну сутність інвестиційної діяльності в економіці України в умовах війни. Проведено дослідження проблем розвитку інвестиційної діяльності, які стримують процес залучення інвестицій у сферу економіки країни, включаючи і аграрний сектор. Висвітлено особливості інвестиційної діяльності та процесу активації їх. Визначено пріоритетні напрями і сфери інвестиційної діяльності розвитку аграрного сектора, створення та реалізації перспективних інвестиційних програм підтримки інноваційного розвитку всіх галузей економіки країни. Визначено необхідність розроблення інвестиційної політики в усіх галузях економіки країни в умовах війни. Розглянуто сутність та роль інвестиційної діяльності у процесі економічного розвитку в післявоєнний час. Дана оцінка основних чинників та перешкод, які впливають на впровадження їх у виробництво. Все це дає впевненість в тому, що незважаючи на війну, саме зараз вдалий час для підготовки та реалізації інвестиційних проектів на території України. Досліджено важливість інноваційної підтримки і інноваційної діяльності країни. Наразі Україні необхідно більше приділяти уваги створенню та реалізації перспективних інвестиційних програм, підтримки інноваційного розвитку всіх галузей економіки. Це дозволить країні підвищити конкурентоздатність власного виробництва та розширити перелік технологічних можливостей.

Ключові слова: інвестиції, інновації, інвестиційна діяльність, економічна безпека.

Summary. The article examines the theoretical and practical foundations of investment activity in the field of economy, including the agrarian sector of Ukraine in wartime conditions. The economic essence of investment activity in the economy of Ukraine during the war is revealed. A study of the problems of the development of investment activities, which restrain the process of attracting investments in the sphere of the country's economy, including the agrarian sector, was conducted. Features of investment activities and the process of their activation are highlighted. The priority directions and areas of investment activities for the development of the agrarian sector, the creation and implementation of promising investment programs to support the innovative development of all branches of the country's economy have been determined. The need to develop an investment policy in all branches of the country's economy in wartime conditions was determined. The essence and role of investment

activity in the process of economic development in the post-war period is considered. The assessment of the main factors and obstacles affecting their introduction into production is given. All this gives confidence that, despite the war, right now is a good time for the preparation and implementation of investment projects on the territory of Ukraine. The importance of innovative support and innovative activity of the country is studied. Currently, Ukraine needs to pay more attention to the creation and implementation of promising investment programs, supporting the innovative development of all sectors of the economy. This will allow the country to increase the competitiveness of its own production and expand the list of technological possibilities.

Key words: investments, innovations, investment activity, economic security.

Постановка проблеми. Досвід країн з розвинутою економікою свідчить про можливість інвестиційної підтримки країни. Наразі Україні необхідно приділяти більше уваги створенню та реалізації перспективних інвестиційних програм підтримки інноваційного розвитку всіх галузей економіки. Як відмічає Д. О. Ярова, Ж. М. Жигалкевич це дозволить країні підвищити конкурентоздатність власного виробництва та розширити перелік технологічних можливостей [1].

Проблеми розвитку інвестиційної діяльності є актуальними, особливо в умовах війни. Адже масові бомбардування мирного населення черговий раз підтвердили: мотивація та кінцева мета агресора — не міфічна безпека і не вигадані «бендеровці», а знищення життя людей, які насмілилися бути вільними і незалежними.

Внаслідок непослідовного проведення та низької ефективності державної інвестиційної політики, наша країна відстає в технологічному розвитку від розвинутих країн. Зменшується кількість інноваційно-активних підприємств, гальмується розвиток високотехнологічних галузей промисловості, аграрного сектора. Це призводить до зниження рівня конкурентоспроможності національної економіки [1].

Особливо низький рівень інвестиційної привабливості в аграрному виробництві. Враховуючи ключові недоліки в контексті економічної безпеки, які мали місце до недавнього часу, а особливо в даний час в розрізі головних блоків: організаційного, стратегічного, ресурсного, контролюючого та мотиваційного, сьогодні Уряд починає працювати на випередження. Створюються фонди, кошти з яких підуть на відновлення України: фонд відновлення зруйнованого майна та інфраструктури, фонд обслуговування та погашення державного боргу, фонд підтримки постраждалого бізнесу і саме організація їх роботи є основним завданням майбутнього зазначає Ярослав Жаліло, заступник директора Національного інституту стратегічних досліджень [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Комплексне дослідження проблем щодо прискореного впровадження інвестиційних проектів в усіх

напрямах економіки країни в тому числі і аграрних підприємств в умовах війни є предметом численних публікацій вчених, підприємців, фахових спеціалістів, журналістів таких як Я. Д. Ярова, Ж. Жигалкевич [1], Жаліло [2], Д. Карпіловський, О. Тихомиров [3] та інші, які приділяють багато уваги такому ключовому питанню, як залучення інвестицій в економіку країни і умовах війни. Вони вважають, що на сьогоднішній день в Україні в період військових дій не існує чіткого єдиного централізованого державного органу підтримки інвестиційної діяльності різних сфер економіки в результаті цього стримується цей процес.

Формування цілей статті. На основі викладеного матеріалу можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в розкритті економічної сутності інвестиційної діяльності в економіці України в умовах війни, вивчення проблем, які стримують процес залучення інвестицій у сферу економіки країни включаючи і аграрний сектор.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вже понад 300 днів Україна протистоїть російській агресії. Економічні втрати за цей час значні: прогнозується, що ВВП впаде на понад 30% у 2022 році, а рівень безробіття становитиме 35%. Тривала війна стає дедалі більш ймовірною перспективою, яка потребує переналаштування макроекономічної стратегії країни. Тому, Уряд має мобілізувати якомога більше ресурсів для покращення свого фіскального становища, щоб країна могла фінансувати величезні військові видатки та забезпечувати основні державні видатки у зруйнованій війною економіці. Тому основною метою повинно стати збільшення додаткових надходжень до бюджету.

Нинішня ситуація в країні є найскладнішою, але Україна не одна у цій війні. Підтримка з боку союзників України є надзвичайно важливою не лише для існування країни, але й для майбутнього світового порядку та безпеки. Так, сьогодні Україна переживає найтривожніший момент у своїй історії. Щоб вистояти у війні, їй потрібна не лише сила зброї, а й економічна підтримка [3]. Сьогодні держава робить дуже важливі кроки в напрямку створення та реалізації перспективних

інвестиційних програм, підтримки інноваційного розвитку всіх галузей економіки. Це дозволить країні підвищити конкурентоздатність власного виробництва та розширити перелік технологічних можливостей. Окрему увагу держава стала приділяти підтримці бізнесу в умовах війни. Зокрема, зосереджується на підтримці виробництва, переведенні його у відносно безпечні регіони.

Водночас держава намагається максимально стимулювати переорієнтацію економіки на підтримку армії, забезпечення оборони, відновлення і підтримання інфраструктури, забезпечення продовольчої безпеки. Чимало в цьому вже зроблено завдяки ініціативам Президента України, Уряду та Національного Банку України. Адже, відновлення роботи національного бізнесу є запорукою економічної стійкості держави та її спроможності ефективно протистояти агресору.

Згідно із дослідженням Advanter Group на березень 2022 року, повністю припинили діяльність 54% підприємств в Україні: 25% — майже зупинили свою діяльність; 21% підприємств провели релокацію (2% — повністю, 12% — частково, 7% — в процесі); 31% підприємств не встигли її провести.

Під час війни держава стає головною дійовою особою в економічній площині. В даному випадку тимчасово потрібно перейти до практично ручного управління економікою, коли держава вирішує, що саме є пріоритетним і на що має йти державна підтримка. Стійкість економіки — це не лише фізичний захист територій, це якісна логістика постачання та збуту, фінанси, кадрове наповнення, ефективний менеджмент в нових умовах, забезпечення безперервності експортних поставок тощо [2].

Тому головне завдання України зараз — це і в подальшому ідентифікувати економічні процеси на територіях, де не ведуться бойові дії. Зокрема, зосередитись на підтримці виробництва, перевезенні його у відносно безпечні регіони.

Як відмічає Д. Карпіловський, О. Тихомиров, сподіватися на план Маршала та іноземні інвестиції, вочевидь, можна лише після війни. Зараз маємо розраховувати переважно на себе, а значить на внутрішніх інвесторів, що так чи інакше пов'язують своє майбутнє з країною, і тут виникає чимало питань: чи вдалося таким інвесторам зберегти свої ставки? Скільки з них наразі мають мотивацію до вкладання у вітчизняні бізнеси? Якої інформації та підтримки потребують люди, що готові інвестувати в Україну вже сьогодні? Усі ці питання були поставлені спільноті «Укрінвестклубу» першого та найбільшого в Україні майданчика роздрібних інвесторів, що протягом двох років до початку війни об'єднав понад 5000 учасників. Онлайн-опитування проходило з 4 до 16 квітня 2022 року, у ньому взяли участь 430 приватних інвесторів з усіх регіонів України, хоча значна частина (46%) до війни були мешканцями Києва та області.

Більшість респондентів — чоловіки (87%), дві третини з них — у віці 25–45 років. 44% учасників опитування відзначили суттєве або критичне погіршення їхнього фінансового стану в умовах війни, хоча до війни чверть респондентів оцінювали свій довоєнний стан і рівень доходів як високий або вищий за середній. І лише 16% з тих, у кого фінансовий стан суттєво погіршився через війну, не були задоволені своїми статками і до початку воєнних дій (рис. 1).

Серед 33 учасників опитування, які взагалі не відчували погіршення, відповіді щодо фінансових



Рис. 1. Вплив війни на фінансовий стан роздрібних інвесторів [3]

втрат розділилися практично навпіл: 17 людей оцінили свої довоєнні доходи як вищі за середні або ж високі, інші мали «середні» статки.

Основними причинами погіршення фінансового стану є закриття проектів, куди інвестовано кошти, а також втрата основного джерела доходу (рис. 2).

Цікавим було запитання: «Чи готові роздрібні інвестори владати кошти в українську економіку під час війни?», де 40% учасників спільноти висловились, що і надалі вони мають намір витратити вільні кошти на допомогу країні, військовим та на волонтерство. Третина, або 33% учасників спільноти планують і надалі інвестувати в українські проекти (рис. 3).

Цікавим було запитання: «Як інвестори запобігатимуть ризику знецінення грошей у воєнний час. Більшість респондентів (66%) висловились за зберігання грошей у валюті, готівкою або на банківському рахунку. Трохи більше половини,

або 54% учасників вважають дієвими інвестиції в зарубіжні проекти та акції. А 45% опитаних бачать захист від знецінення у конвертації коштів в криптовалюті. Третина, або 33% респондентів вважають, що інвестиції у вітчизняну економіку можуть стати одним з інструментів, що допоможе уникнути ризиків девальвації. Це серйозний намір роздрібно інвестора підтримати країну у найскрутніші часи (рис. 4)

Піднімалися питання: «Які все ж таки сфери є перспективними для роздрібно інвестора?». Результат опитування показав, що перші місця посіли індустрія, очевидно це пов'язано із базовими людськими потребами; сільське господарство та будівництво набрали відповідно 56% та 50% відповідей; інфраструктура (транспорт, склади, пошта) та переробка відповідно 41% та 40% (рис. 5).

В числі перспективних сфер респонденти назвали аграрний сектор. Звичайно, що через повномасштабне вторгнення російської федерації

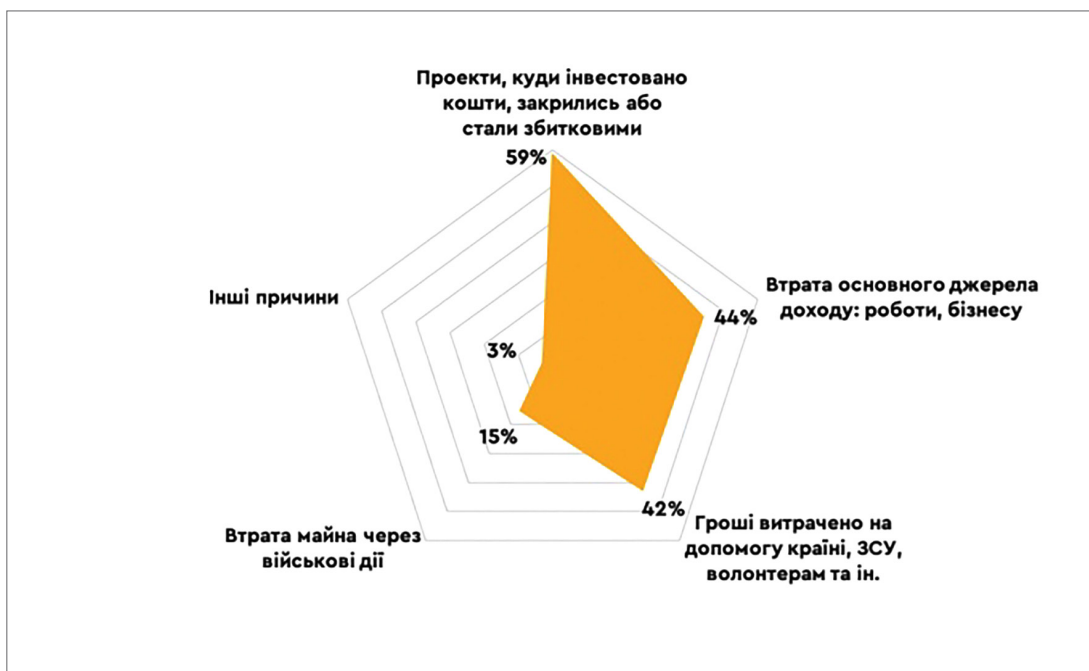


Рис. 2. Основні причини погіршення фінансового стану роздрібних інвесторів [3]

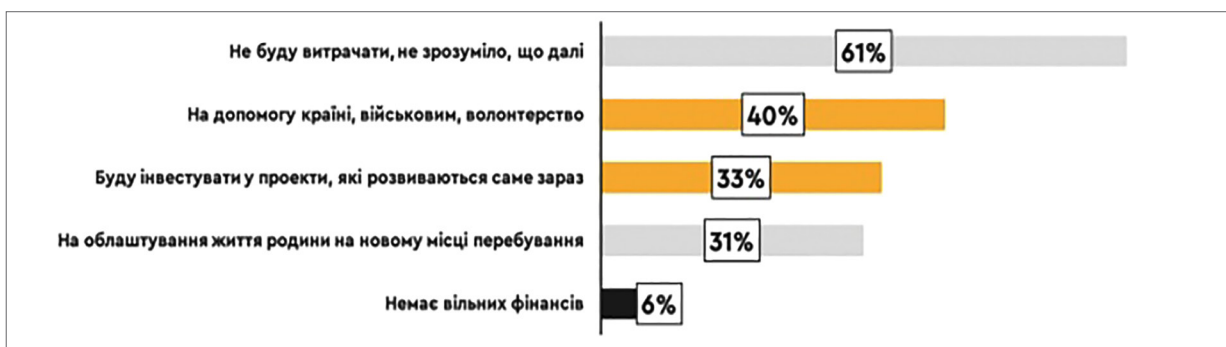


Рис. 3. Намір учасників спільноти: як витратити кошти під час війни? [3]

агробізнес України зазнає неабияких збитків. Саме на аграрному секторі припадають серйозні загрози на всіх стадіях господарського процесу. Тож інвестори більше орієнтуються на песимістичні прогнози, зокрема, слід очікувати, що у 2023 році національні агроінвестори спрямовуватимуть ресурси переважно на збереження наявних потужностей, розташованих на підконтрольних територіях. Якщо ризики інвесторів, спричинені війною, суттєво зменшаться або зникнуть повністю, інвестиційні процеси в сільському господарстві швидко активізуються.

Так, CEO й засновник «Твоє коло» та «М'ясторія» Андрій Усенко вважає, що наразі існує унікальна можливість інвестувати у родючі українські землі, адже ціни на неї ще не зросли до 70%, як це планується після 1 січня 2024 року. Такий

актив, на думку експерта, найменш податливий до криз і дає прибуток до 8% річних. Проте, для іноземців зараз подібне інвестування недоступне, а вітчизняні інвестори не мають достатніх коштів.

Сьогодні, сільське господарство це лімітуючий сектор економіки за експертною виручкою. У першу чергу йдеться про товарні позиції, які формують основну частку аграрного експорту. Однак головним фактором економічного розвитку як аграрного сектору, так і економіки країни загалом є інновації. Як відмічає Д. О. Ярова та Ж. М. Жигалкевич інновації не існують без інвестицій. Успіх кожного інвестиційного проекту розуміється як відношення фінансового результату до початкових інвестицій. Майже кожен інноваційний проект можна розглядати як інвестиційний, головною метою якого є отримання прибутку [1].

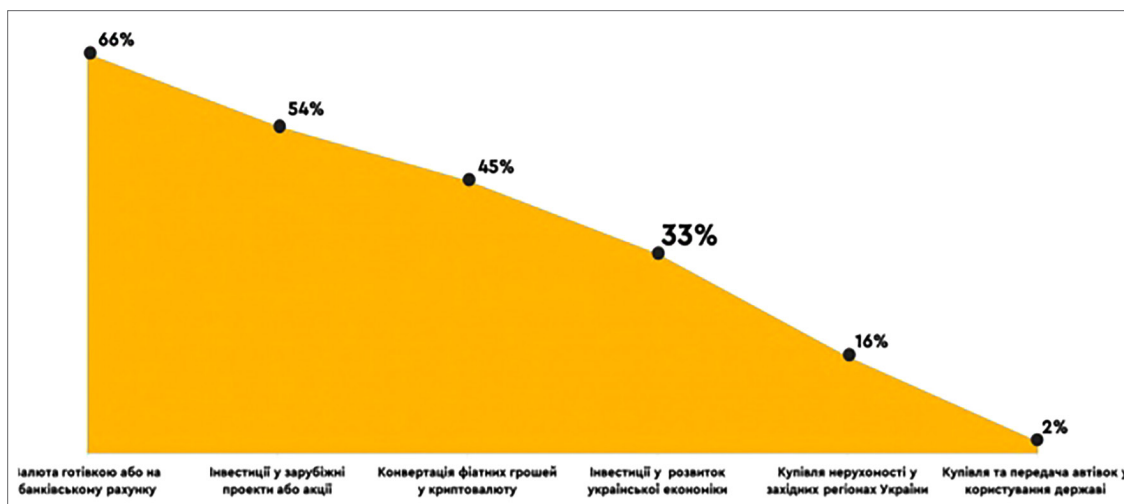


Рис. 4. Ефективні способи запобігання ризику знецінення грошей під час війни [3]



Рис. 5. Перспективні сфери для розвитку у воєнний час [3]

Висновок. Досвід країн з розвинутою економікою свідчить про важливість інноваційної підтримки і інноваційної діяльності країни. Наразі Україні необхідно більше приділяти уваги створенню та реалізації перспективних інвестиційних програм, підтримки інноваційного розвитку всіх галузей економіки. Це дозволить країні підвищи-

ти конкурентоздатність власного виробництва та розширити перелік технологічних можливостей. Віримо, що аграрний бізнес України може протистояти викликам, які перед ним ставить війна. Тому важливим при цьому є вміння адаптувати управління, швидко аналізувати чинники ризику й оперативно приймати управлінські рішення.

Література

1. Ярова Д.О. Жигалкевич Ж.М. Проблеми державного інвестиційно-інноваційної діяльності в Україні. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: збірник тез доповідей учасників I Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 11 квітня 2019 року. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. С. 195–196.
2. Жаліло Я. Як забезпечити стійкість економіки в умовах війни. Економічна правда. 06.03.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/6/683364/>
3. Карпіловський Д., Тихомиров О. Як рятують від інфляції та у що вкладають гроші роздрібні інвестори. Економічна правда. 18.02.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/18/687187/>

References

1. Yarova D.O. Zhyhalkevych Zh.M. Problemy derzhavnogo investytsiino-innovatsiinoi diialnosti v Ukraini. Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy: zbirnyk tez dopovidei uchasnykiv I Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Kyiv, 11 kvitnia 2019 roku. Kyiv: KPI im. Ihoria Sikorskoho, 2019. S. 195–196.
2. Zhalilo Ya. Yak zabezpechyty stiikest ekonomiky v umovakh viiny. Ekonomichna pravda. 06.03.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/03/6/683364/>
3. Karpilovskyi D., Tykhomyrov O. Yak riatuiut vid inflitsii ta u shcho vkladaiut hroshi rozdribni investory. Ekonomichna pravda. 18.02.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/18/687187/>

Sidielnikov Danylo

*PhD Student of the Department of Journalism and Advertising
State University of Trade and Economics*

Сідельніков Данило Сергійович

*аспірант кафедри журналістики та реклами
Державного торговельно-економічного університету
ORCID: 0000-0001-5902-016X*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8524

**SOCIALLY RESPONSIBLE MARKETING:
AN GNOSEOLOGICAL APPROACH**

**СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ:
ГНОСЕОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД**

Summary. In the conditions of globalization changes and transformations, consideration of the issue of the formation of socially responsible marketing, analysis of conceptual views regarding the development of this issue is becoming more and more relevant.

The dynamism of increasing the role of the open introduction of business is radically changing the dominants of human development. Business is increasingly aware of the relevance of implementing social programs in marketing to achieve its short-term and long-term goals, implements sustainable development marketing measures to increase competitiveness and maintain market positions.

The concept of socially responsible marketing changes the understanding of the role of business as a social institution, forms a new approach to the evaluation of efficiency and its productive activities.

Pure metamorphoses of social valuables and priorities generate changes of well-established practices, providing integrating process and instruments of socially responsible marketing. Increasing social awareness in the future will lead to the minimization of risks, which will make it possible to achieve high productivity and profitability of enterprises. The article examines the problems of formation and development of the concept of “socially responsible marketing”; the gnoseological approaches of socially responsible marketing are characterized.

The article examines the problems of formation and development of the concept of “socially responsible marketing”; the gnoseological approaches of socially responsible marketing are characterized.

Key words: social responsibility, business, socially responsible marketing.

Анотація. В умовах глобалізаційних змін та трансформацій все більш актуальним стає розгляд питання становлення соціально-відповідального маркетингу, аналізу концептуальних поглядів розвитку цього питання.

Динамізм підвищення ролі відкритого введення бізнесу кардинально змінює доміанти розвитку людства. Бізнес все більше усвідомлює актуальність впровадження соціальних програм у маркетинг для досягнення своїх короткострокових та довгострокових цілей, генерує маркетингові заходи сталого розвитку для підвищення конкурентоспроможності та збереження ринкових позицій.

Концепція соціально-відповідального маркетингу змінює розуміння ролі бізнесу як суспільного інституту, формує новий підхід до оцінки ефективності та його результативної діяльності.

Достеменні метаморфози суспільних цінностей та пріоритетів генерують зміни усталених практик управління підприємствами, забезпечуючи інтегруючі процеси та інструменти соціально-відповідального маркетингу. Збільшення соціальної обізнаності в перспективі призведе до мінімізації ризиків, що дасть змогу досягти високої продуктивності та прибутковості діяльності підприємств.

У статті розглянуто проблематику формування та розвитку поняття “соціально-відповідального маркетингу”; охарактеризовано гносеологічні підходи соціально-відповідального маркетингу.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, соціально-відповідальний маркетинг.

Statement of the issue. In the conditions of integration into the global community, the social responsibility of business is a necessary component and the core of the competitiveness of a successful business. In recent years, interest in socially responsible marketing as a theory and practice of regulation of social processes has increased all over the world. Orientation to the consumer and society, as noted by leading experts and researchers of the problems of sustainable business development, is a distinctive feature of modern marketing. The evolution of the balance between profit and public interest ensured an accelerated transition to the philosophy of socially responsible marketing as a tool for managing business reputation. The essence of the concept of “socially responsible marketing” is determined in the context of the theory of cognition.

The analysis of recent research and publications. The study of the concept of socially responsible marketing, its aspects of implementation in the activities of enterprises is increasingly becoming a topic for discussions at world summits, congresses, and conferences. In particular, the features of the concept of socially responsible marketing are studied in the works of scientists from many countries, namely: F. Kotler [5], M. Drumurait and E. Murphy [9], Laczniak & Shultz [10], D. Fayvishenko [12], O. Zlenko [7], P. Orlov [11], A. Khamidova [8]. Researchers and marketers emphasize the importance of building the study and concretization of the emergence of the concept of socially responsible marketing.

The purpose of the article. The aim of the article is to analyze the essence of the concept of “socially responsible marketing” in the context of the gnoseological approach and to improve the interpretation of the existing concept.

The overview of the main material (the results of the researches). Currently, the success of any business depends not only on certain financial indicators, but also on its attitude to the solution of social problems by society, the desire to voluntarily build and help develop the country, region or community. Every enterprise is in the process of continuous changes and finding ways to adapt to them, because otherwise its ability to survive in the external dynamic environment is significantly reduced. Today, in order to be successful on the market in modern socio-economic conditions, it is necessary to form new standards of conducting one’s activities, which are based on corporate social responsibility.

In accordance with international standards ISO 26000, social responsibility is the organization’s compliance with the impact of its decisions and activities on society and the environment, which is

implemented through transparent and ethical behavior that promotes sustainable development and the well-being of society, takes into account the expectations of stakeholders and complies with current legislation. integrated into the activities of the entire organization and consistent with international norms of behavior [1].

In conditions of rapid development of communication exchange, no person can be in an information vacuum. Information becomes an asset of the company and an integral part of the brand portfolio. With this in mind, modern companies monitor their actions, words and other manifestations of business activity every day. At the same time, social responsibility turns into the main element of the modern business environment. In turn, social marketing is an integral part of the corporate culture of business. Combining these factors can testify to the continuous growth and understanding of the importance of social marketing, which over time has evolved into the concept of socially responsible marketing.

Social marketing was born in ancient times. Methods of application in practice were social reforms and development strategies. For example, anti-slavery campaigns were launched in ancient Greece and Rome; reforms regarding the equality of women’s rights to get an education and hold some positions in enterprises, banning child labor. It was these historical events that laid the foundation for the concept of “social marketing”.

The first formal definition of social marketing was that offered by Kotler and Zaltman in 1971: “social marketing is the design, implementation and control of programmes calculated to influence the acceptability of social ideas and involving considerations of product designing, pricing, communication, distribution and Marketing research” [2, p. 5].

In turn, the famous marketer Jean-Jacques Lambin defines marketing as a social phenomenon: “Marketing is a social process aimed at satisfying the needs and desires of people and organizations by ensuring a free competitive exchange of goods and services that represent value for the buyer” [3].

Andreasen defines social Marketing as “the application of commercial Marketing technologies to the analysis’ planning, execution and evaluation of programmes designed to influence to voluntary behaviour of target audiences in order to improve their personal welfare and that of their society” [4].

Analysis of the concept of social marketing shows that it is a modified form of traditional marketing and is able to help society solve the following problems:

- reducing the influence of harmful habits;
- improvement of physical health of individuals;
- building a tolerant society;
- gender equality;
- social protection of vulnerable sections of the population;
- building an open society with labor relations;
- reduction of irrational demand.

The transformation of marketing and the need for a concept that would combine taking into account the interests of producers, consumers and society as a whole is due to the devastation of the industrial environment and the formation of a socially oriented market economy. The transition to a new paradigm of socio-economic development allows us to assert the increasing role of social marketing, in particular in the vector of socially responsible marketing. Therefore, the concept of establishing and understanding the basic principles of the concept of “socially responsible marketing” should be based on its definition and correspond to the means of forming a complex conceptual and categorical apparatus of new directions in scientific fields that investigate human relations in the conditions of a modern differentiated market.

As noted by F. Kotler: “The concept of socially responsible marketing proclaims the organization’s task of establishing the needs, desires and interests of the target markets and their satisfaction more effectively and productively than those of competitors, in ways that preserve or increase the well-being of both the consumer and society in general” [5, p. 48].

The works of F. Kotler became the foundation for the construction and implementation of research in the direction of the development of socially responsible marketing. Over time, the majority of scientists agreed with his statement: what is good in the long run for society is also good for business [6, p. 39].

At the heart of sustainable development, focusing on the consumer and society, the business demonstrates its achievements thanks to socially responsible marketing. According to O.O. Zlenko, socially responsible marketing is “the process of identifying and satisfying the needs of consumers, taking into account the needs of the entire society as a whole. Socially responsible marketing is a practical expression of the external component of the concept of social responsibility of business” [7, p. 118].

Popularization of non-economic initiatives attracts the attention of society, and correctly carried

out information tries to turn members of society into potential consumers of the company’s brand.

According to A. Sh. Khamidov, it is necessary to carry out economic activities at the enterprise in such a way as to meet the expectations of society. In other words, working in the interests of society, enterprises reduce their current profits, but in the long term create a favorable social climate, increase trust and loyalty from the public, and therefore change their position on the market [8, p. 38].

If we draw a parallel between the relationship between socially responsible marketing and society and a train and a locomotive. Society is a train that contains an echelon of needs and desires. Without a train, a locomotive (socially responsible marketing) is worthless. And without a locomotive, the train won’t even move.

The theses of M. Drumurait and E. Murphy, who claimed that socially responsible marketing is a system of marketing initiatives that includes at least one non-economic goal related to the achievement of public welfare, which involves company resources and/or and partners [9, p. 162].

Lacznia & Shultz defines Social responsible marketing as “Consists of practices and perspectives mandated by an implicit social contract, which requires marketing policies, actions and outcomes to adhere to a corporate [“good”] citizenship that is proactive and non-discretionary” [10, p. 204].

In turn, domestic scientist Petro Orlov identified the main directions of socially responsible marketing and their interaction with customers in different types of markets (pic. 1). He noted that socially responsible marketing is the consistent fulfillment of the requirements of state regulations in the field of ensuring social responsibility in the territory of the country of origin and the countries to which their goods and services are exported; inadmissibility of participation in corruption schemes, inadmissibility of committing fraud; the inadmissibility of the production and/or sale of products dangerous to property, morals, health, human life, the natural environment and society as a whole, as well as unfair advertising and methods of psychological influence on consumers with the aim of imposing a favorable decision or any — what purchase; manifestation of socially oriented initiatives [11, p. 39].

So, socially responsible marketing is a long-term symbiosis built on taking care of the company’s micro- and macro-environment and adapting the company’s commercial plans taking into account the social and moral norms of society. Visually, the classification of socially responsible marketing is presented in pic. 1.



Pic. 1. Classification of socially responsible marketing [11]

Society is developing, generating a new vision for solving current problems. Currently, there is a new ethic in the global sense that is related to the tolerant attitude towards racial, gender, or the problems of people with disabilities or the LGBT community. An example can be considered the socially-responsible flash mob action “Me Too” against sexual violence and sexual harassment when the appropriate hashtag is shared on social networks. Thus, when analyzing the activities of socially responsible marketing, it is worth adding the category “human equality”, taking into account the motivational mechanisms for socially responsible behavior and combining the interests of individuals, society, business, and the state.

Human capital and investments should be singled out as the dominant factor. The work of a socially responsible business is not only about building dynamic sales plans, strategies for taking over competitors or conquering the market; and about a person who plays a leading role in the establishment and development of any business.

Business ethicist Donaldson, in *Corporations & Morality*, provides an enlightening and multifaceted picture of the social contract. Donaldson

posits that profit seeking organizations receive recognition in the eyes of the law along with the right to use and own capital resources—land, employees and money — for their individual and comparative advantage. In exchange, citizens (i.e., the collective of society) expect to have certain economic interests satisfied in an efficient and effective manner [13].

Conclusions and perspectives of further exploration. Thus, the latest scientific studies give a reasoned assurance that the role of the concept of socially responsible marketing is constantly growing. With the correct positioning and coverage of information, the concept can become a powerful engine of unique advantages, which in turn become an incentive to attract talented personnel, establish harmonious relations with consumers and stakeholders, strengthen the value of the brand portfolio and increase the capital of the company.

Prospects for further exploration are the systematization of the scientific and methodological foundations of socially responsible marketing and a detailed analysis of the directions for the implementation of social projects, in particular on the example of enterprises in the field of sports.

Література

1. Керівництво з соціальної відповідальності (ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT)). URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91617 (дата звернення 30.12.2022).
2. Kotler P., Zeltman G. Social Marketing: An Approach to planned social change. *Journal of Marketing*. 1971. 35. P. 3–12.
3. Lambin J.-J. *Le marketing strategique*. 3 edition. Paris: Ediscience international, 1994. 578 p.
4. Andreasen A.R. *Marketing social change: Changing behaviour to promote health, social development, and the Environment*. San Francisco: Jossey Bass, 1995. 368 p.
5. Kotler P. Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. 2011. Vol. 75, Iss. 4. P. 132–135.
6. Bell L., Emory C.W. The Faltering Marketing Concept. *Journal of Marketing*. 1971. Vol. 35. P. 37–42.
7. Зеленко О.О. Соціально-відповідальний маркетинг як невід’ємна складова соціальної відповідальності бізнесу. *Економічний простір*. 2009. № 19. С. 118–123.
8. Хамідова А.Ш. Соціально відповідальний маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств хімічної промисловості. *Маркетинг в Україні*. 2009. № 2. С. 38–40.
9. Drumwright M., Murphy P. *Corporate Societal Marketing*. *Handbook of Marketing and Society* / Paul N. Bloom, Gregory T. Gundlach, (Eds.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001. P. 162–183.
10. Laczniak G., Shultz C. Towards a Doctrine of Socially Responsible Marketing (SRM): A Macro and Normative-Ethical Perspective. *Journal of Macromarketing*. 2021. 41(2). P. 201–231.
11. Орлов П., Новіков Д. Соціально-відповідальний маркетинг в управлінні прибутком машинобудівного підприємства. *European journal of economics and management*. 2019. Vol. 5. P. 39–47.
12. Fayvichenko D. Digital transformation of corporate governance / M. Ziniuk, N. Dyeyeva, K. Bogatyrova, S. Melnychenko, D. Fayvishenko, M. Shevchun // *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2022. Т. 5 (46). P. 300–310.
13. Donaldson T. *Corporations and Morality*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982.

References

1. Kerivnytsstvo z sotsialnoi vidpovidalnosti (DSTU ISO 26000:2019 Nastanovy shchodo sotsialnoi vidpovidalnosti (ISO 26000:2010, IDT)). URL: http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=91617 (data zvernennia 30.12.2022).
2. Kotler P., Zeltman G. Social Marketing: An Approach to planned social change. *Journal of Marketing*. 1971. 35. P. 3–12.
3. Lambin J.-J. *Le marketing strategique*. 3 edition. Paris: Ediscience international, 1994. 578 p.
4. Andreasen A.R. *Marketing social change: Changing behaviour to promote health, social development, and the Environment*. San Francisco: Jossey Bass, 1995. 368 p.
5. Kotler P. Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative. 2011. Vol. 75, Iss. 4. P. 132–135.
6. Bell L., Emory C.W. The Faltering Marketing Concept. *Journal of Marketing*. 1971. Vol. 35. P. 37–42.
7. Zelenko O.O. Sotsialno-vidpovidalni marketynh yak nevidiemna skladova sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu. *Ekonomichnyi prostir*. 2009. № 19. S. 118–123.
8. Khamidova A. Sh. Sotsialno vidpovidalni marketynh yak instrument pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpriemstv khimichnoi promyslovosti. *Marketynh v Ukraini*. 2009. № 2. S. 38–40.
9. Drumwright M., Murphy P. *Corporate Societal Marketing*. *Handbook of Marketing and Society* / Paul N. Bloom, Gregory T. Gundlach, (Eds.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2001. P. 162–183.
10. Laczniak G., Shultz C. Towards a Doctrine of Socially Responsible Marketing (SRM): A Macro and Normative-Ethical Perspective. *Journal of Macromarketing*. 2021. 41(2). P. 201–231.
11. Orlov P., Novikov D. Sotsialno-vidpovidalni marketynh v upravlinni prybutkom mashynobudivnoho pidpriemstva. *European journal of economics and management*. 2019. Vol. 5. P. 39–47.
12. Fayvichenko D. Digital transformation of corporate governance / M. Ziniuk, N. Dyeyeva, K. Bogatyrova, S. Melnychenko, D. Fayvishenko, M. Shevchun // *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky*. 2022. Т. 5 (46). P. 300–310.
13. Donaldson T. *Corporations and Morality*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1982.

Zhylinska Oksana

*Doctor of Economics Sciences, Professor of the Department of
Management of Innovation and Investment Activities
Taras Shevchenko National University of Kyiv*
ORCID: 0000-0001-8366-0474

Kovalenko Viktoriia

*Student of the Department of
Management of Innovation and Investment Activities
Taras Shevchenko National University of Kyiv*
ORCID: 0000-0002-6535-4868

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8534

STRATEGIC MARKETING MANAGEMENT: ESSENCE AND PECULIARITIES

Summary. *The emergence of strategic marketing was the result of the evolution of the marketing concept. The article is devoted to the analysis of the essence and peculiarities of strategic marketing of companies in the framework of market management. The essence of the “strategic marketing” concept on the basis of scientific approaches analysis concerning its content by foreign and local authors is revealed in this paper. The existing definitions reflect different scientists’ vision of its role and content in the modern organization. Most conceptual approaches used a simplified way of interpreting strategic marketing, equating it with the formation of a marketing strategy. The main differences between strategic marketing and marketing strategy were identified. An epistemological analysis of the authors’ interpretations of the essence of the definition of “strategic marketing” has allowed identifying the main essential characteristics of it: long-term orientation; dynamic external and internal environment; competitive market; mutual partnership between all market participants; adaptability and flexibility to changing market conditions; marketing strategy is the basis for planning activities. The author’s definition of the “strategic marketing” term takes into account: the strategic marketing and strategic management dependence; the role in competitive advantages formation; reaching marketing and financial goals of the organization. Strategic marketing consists of a set of actionable and evaluated phases that together ultimately contributes to the performance of the company: planning, implementation and evaluation phase. The article highlights the variety of methods and tools of strategic marketing management to achieve the goal of each stage successfully. The article discusses the role of strategic marketing as the dominant element responsible for the profitability of the organization.*

Key words: *strategic marketing, strategic management system, competitiveness, marketing strategy process, market research.*

Statement of the problem. In the minds of the majority of economic subjects marketing has existed for a long time as a set of tools which is aimed to promote products or services in the market. Such instruments as advertising, public relationships, sales promotion and others undoubtedly play a huge role in the marketing activities. They allow enterprises to conduct developed communication programme to meet existing needs and reach potential customers. However, bringing to the market high-quality products requires a more complex and purposeful usage of marketing theory in practice. Many organizations

have a need in regular monitoring of company operations to identify opportunities and options for action to achieve marketing goals and get higher profits. Strategic marketing management helps to solve these problems. The implementation of its approaches determines for the enterprise the main directions of activity on the highly competitive market to achieve its strategic objectives.

Analysis of recent researches and publications. Many foreign researchers have studied the essence and content of the concept of “strategic marketing” — Jean-Jacques Lambin [6], Philip Kotler [5],

David W. Cravens.[2], Peter R. Dickson [9], Henry Assael [1], Peter Doyle [3] and others.

Among Ukrainian experts, the problems of strategic marketing have been studied by N. Kalugina [4], O. Nikolaychuk [8], I. Mendela [7], L.M. Shulgin, S. Andreeva, L. Balabanova, M. Belyavtseva, A. Voychak and others.

Despite numerous publications, there is no consensus in the scientific literature on the essence and content of the concept under study, which causes differences in its understanding and led to the choice of the topic of our research.

The task of the research is to analyse scientific approaches to defining the essence of the concept of “strategic marketing”, define main essential charac-

teristics of it and describe the marketing strategy process with focus on its tools for each stage.

The main material. The concept of “strategic marketing” emerged in the 80–90s of the last century at the intersection of marketing and management of organization. This concept was described by famous marketing experts Philip Kotler and Jean-Jacques Lambin.

The analysis of scientific literature has shown the existence of many different approaches to the interpretation of the definition of “strategic marketing” among both foreign and local authors (tabl. 1).

A number of researchers put in the definition of strategic marketing directly to the process of forming a marketing strategy, which is a simplified

Table 1

Approaches to the definition of the category “strategic marketing”

Author	Definition	Analysis of the definition
Jean-Jacques Lambin [6]	A process implemented by a market-oriented company to achieve performance ahead of the market average through a systematic policy of producing products and services of higher value to the consumer than competitors.	Relying on competitive advantage, but addressing only the product aspect.
Philip Kotler [5]	A two-way process, the initial stage of which is strategic marketing. In accordance with his statements, the essence of strategic marketing is the formula “segmentation-targeting-positioning”.	Does not include the stages of determining the purpose of the organization and conducting marketing research.
David W. Cravens.[2]	A process of developing a strategy that takes into account changing factors of the external environment and is aimed at increasing the degree of customer satisfaction and improving the effectiveness of the company as a whole (not just to increase sales).	It takes into account the influence of the external environment, customer satisfaction, and covers the activities of the company as a whole.
Peter R. Dickson [6]	A focused actions of a corporation to find a sustainable advantage over competitors by meeting the needs of consumers.	The strategic concept of marketing is to meet the needs of consumers.
Henry Assael [1]	A concept, according to which the basis of marketing planning is the identification of marketing opportunities, emphasizing the role of marketing in the development of new products, and focus on long-term planning direction of growth of the organization.	The strategic concept of marketing is to meet the needs of consumers and at the same time to maintain an advantage over competitors to ensure long-term profitability. This concept combines customer orientation and competition.
Peter Doyle [3]	A process of selection target market segments and hypothetical consumers to achieve a differentiated advantage.	Rational, logically proven mechanism of actions for solving marketing problems
N. Kalugina [4]	A model of development of an enterprise, which is operating in the market and containing a set of tools for achieving goals.	The author successfully emphasizes the dynamism of the marketing strategy, which depends on market conditions and should be adjusted to achieve marketing goals.
O. Nikolaychuk [9]	A long-term oriented model of marketing activity, which contains a set of marketing tools that are constantly adjusted under the influence of changes in the external and internal environments, allow to achieve the set marketing goals and contribute to the formation of competitive advantages.	A long-term orientation emphasizes the predictive nature of the marketing strategy and the possibility of its adaptation depending on market changes.
I. Mendela [7]	A type of marketing activity (or a direction of scientific research) aimed at determining the adequate marketing strategy of the enterprise.	The main goal of strategic marketing is to formulate an adequate marketing strategy.

Source: developed by the author

approach. Therefore, it is important to distinguish strategic marketing and marketing strategy. Marketing strategy can be defined as an integrated decision-making model of an organization that determines its key actions regarding products or services, markets, marketing activities. All these processes directly impact on product creation, communication and delivery. As a result, a company offers value to customers and achieves specific strategic goals. When it comes to strategic marketing, it means a comprehensive process in an organization that defines its key decisions regarding company-level actions, customer-level actions, and market-level actions that help the organization create value for its customers and stakeholders over the long term. The category “strategic marketing” is broader than the “marketing strategy”. The formulation of strategy is also a part or element of strategic marketing. In the process of strategic marketing, it combines several elements derived from the analysis of the company’s external and internal environment.

Based on a critical analysis of the scientific literature, it has been established that the main essential characteristics of a strategic marketing are:

- long-term orientation;
- goal orientation to balance, harmonize the interests of the organization, consumers and society as a whole;
- mutual partnership between all market participants;
- applying the results of the analysis of dynamic environmental conditions to improve adaptation to them;
- obligatory commitment with the marketing strategy;
- a system of strategic management of the organization with a market orientation;
- focusing on the analysis of customer needs and the competitiveness of the organization.

Considering the identified essential characteristics of the strategic marketing and based on the generalization of existing interpretations, the author’s definition can be offered. Thus, a strategic marketing is a dominant subsystem of strategic management, which performs the functions of the realization of competitive advantages and, ultimately, leads to the achieving the set marketing goals and growth of profitability of the organization. Marketing strategy process consists of a set of actionable steps which seeks to establish a clear direction and unique purpose for all marketing activities and contribute the performance. When a company realizes the need to set up a strategic marketing

management process, it follows a certain sequence of actions (Fig. 1).

It starts from the planning phase. Firstly, the company should develop a clear picture of the target audience. This step guarantees the company profit, success and development. When you know exactly your consumer, his priorities, values, interests and habits, you will be clear with assortment policy, communication channels, pricing. You can start from comparative product analysis and identify its strengths and weaknesses, understand it in details. The most popular analysis methods are KJ method (Affinity Diagram), SWOT analysis, PESTLE analysis, Competitive Product Analysis. To obtain the necessary information for this stage, you can use various resources. For example, product reviews, industry reports, company websites, social media platforms, online forums. A particularly effective tool is to conduct a consumer survey that allows to find out what attracts them to your product, why they buy it, why they prefer it to other manufacturers.

Secondly, the company should analyze market to consider all factors, conditions and trends that affect market changes and growth. It is possible to use open market survey data and local or international analytical database. Most companies turn to such resources as Statista, Passport Euromonitor, Mintel GNPD, Nielsen. There are a lot of agencies in Ukraine which can conduct market research on request. For example, Taylor Nelson Sofres Ukraine, Gradus Research, M.V. Group, Ipsos, Pro-consulting and others. Furthermore, internal research by company also plays a great role. The traditional methods of the market research are index method, interviews, questionnaires, Delphi method, synectics method, brainstorming, experiment, observation. The modern ones are benchmarking, matrix methods of Porter or Thomson-Strickland, PEST-analysis, SNW-analysis. Ways and methods of marketing research are chosen depending on the purpose and scope of the study, as well as depend on the organizational and financial capabilities of the company.

Then it is necessary to analyze competition and what other choices your target customers have to solve their need. It is a type of management analysis aimed at strategic research of the competitive environment and studying the practice of competition in the market in order to ensure advantages over opponents. To determine the conditions of competition and its intensity in the industry the following methods should be use: Porter’s Five Forces model, Herfindahl-Hirschman Index, Rosenbluth Index and market concentration index. Then you should iden-

tify main and secondary competitors using cluster analysis, maps of strategic groups of competitors, discriminant analysis. After that in-depth analysis of priority competitors' activities is needed. It allows to find out the goals and intentions of competitors, dynamics of their changes, study techniques of implementing their product policy and pricing strategy, analyze distribution channels. This step requires using Porter's Four Corners Model or build a competitive matrix (e.g., "market share — growth rate of the share").

Previous stages allow setting strategic marketing goals.

All information and data which were obtained at the previous stages should be properly processed and interpreted to research distribution. You should understand what is the best way to deliver your product or service to the target audience. It has

a direct impact on the sales strategy of the company. The main decision on the distribution channel is the strategy of market coverage. It could be intensive distribution, selective (selective) distribution or exclusive distribution on the rights of exclusivity.

The pre-final stage of the planning phase is the development of the marketing mix to follow the price, place, product and promotion strategies associated with the brand. The final marketing strategy has an impact on the completion of each component in the mix. The 4 P's theory was described by McCarthy in the 60s of the 20th century. The initial approach has become one of the fundamental theoretical frameworks in the marketing sphere and later researchers expanded this concept (Fig. 2). The perfect marketing mix allows company to properly plan marketing activities and manage them. As a result, the complex application of marketing tools

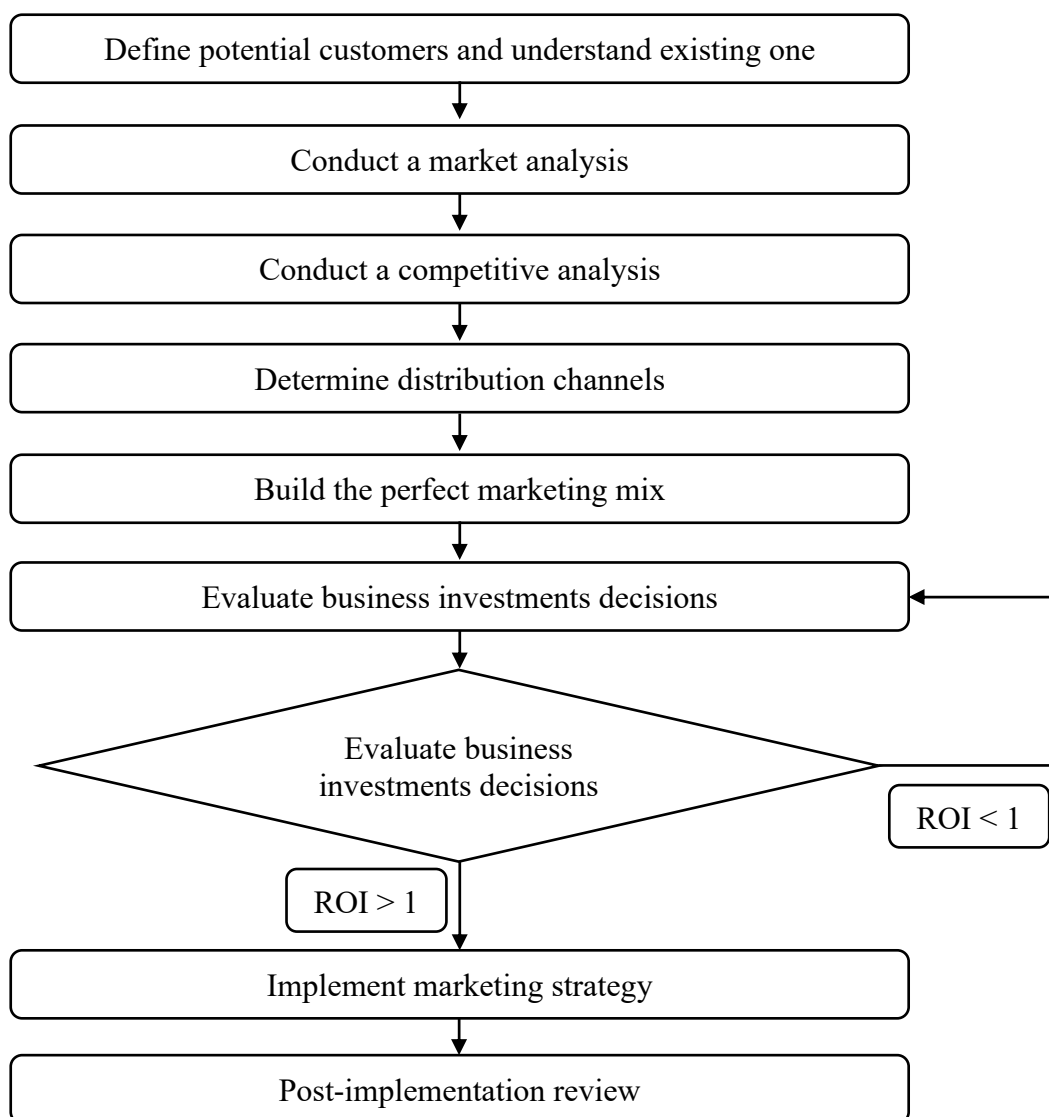


Fig. 1. Marketing strategy process

Source: developed by the author

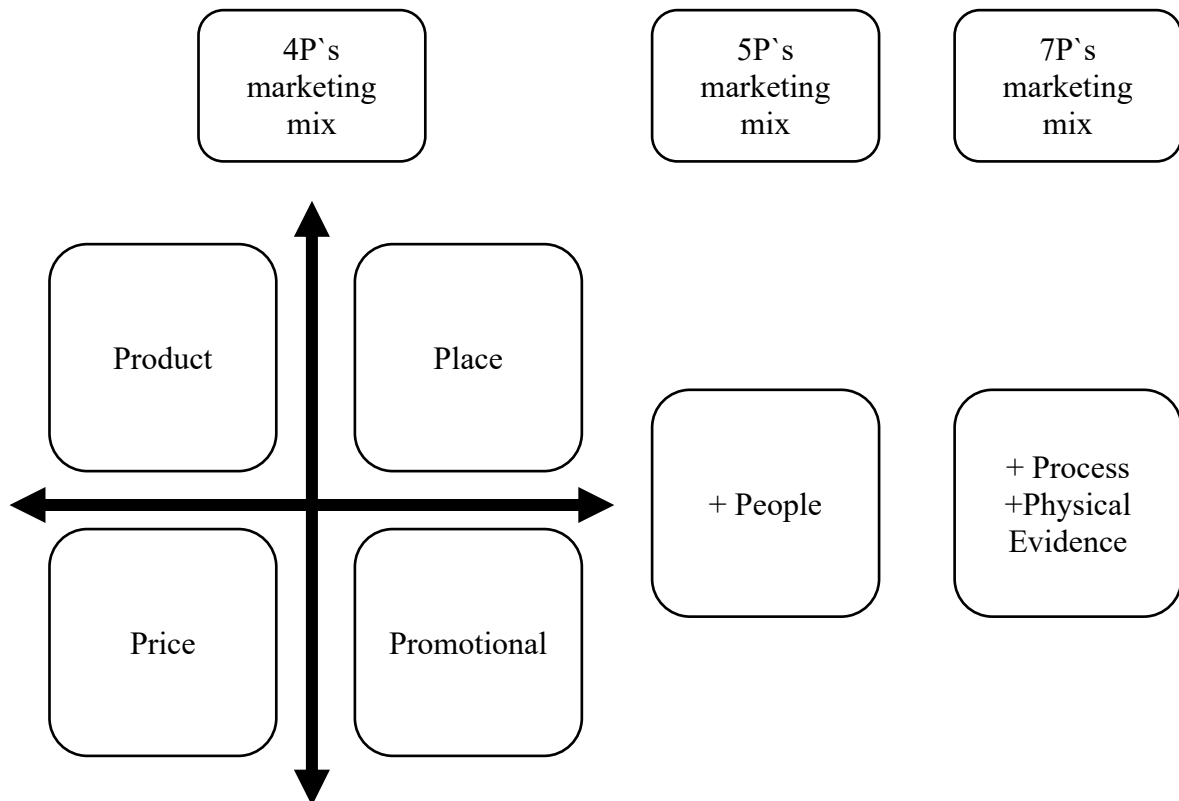


Fig. 2. Marketing mix and its evolution

Source: developed by the authors

provides an opportunity to increase the value of the product for consumers and get a long-term stable profit.

The final stage of the planning phase is the financial analysis. You need put your marketing budget and pre-evaluate projected marketing financial indicators. Marketing ROI allows you to evaluate the effectiveness of different marketing strategies in terms of the effectiveness of the resources used to achieve these sales volumes. If this indicator is more than 1, you can implement developed marketing strategy. Otherwise, it should be revised and finalized again.

Implementation phase lets you turn a marketing strategy into a set of processes. Successful implementation of the marketing strategy contributes to the following requirements: well-structured goals and activities which are perceived by employees;

identification responsible people; availability of all necessary resources.

The final evaluation phase consists of monitoring and measuring how strategic marketing activities occurs, analyzing achievements, and adjusting actions if results do not meet expectations. The continuously evaluation of the marketing strategy effectiveness allows you to revise or extent it as needed.

Conclusions. Nowadays, strategic marketing managements plays an essential role for adapting to dynamic market conditions. The value of strategic marketing for the enterprise lies in the fact that it focuses on the key long-term factors of its success, concentrating its efforts on the long-term orientations. We strongly believe that putting marketing management process into practice will show a high performance for the company.

Literature

1. Assael H. Marketing Principles and Strategy. London: The Dryden Press, 1993. 326 p.
2. Cravens D., Piercy N. Strategic Marketing. McGraw-Hill Education, 2008. 800 p.
3. Doyle P. Marketing Management and Strategy. Prentice Hall, 1994. 410 p.
4. Kaluhina N.A. Marketynhova stratehiia rozvytku telekomunikatsiinoho pidpriumstva na zasadakh dyversyfikatsii: 08.00.04 / Odes. nats. akad. zviazku im. O.S. Popova. Odesa, 2015. 200 p.
5. Kotler F., Armstrong H., Sonders D. Principles of Marketing. Pearson, 2020. 729 p.
6. Lambin J.J. Strategic Marketing: A European Approach. McGraw-Hill, 1993. 539 p.
7. Mendela I.Y. Stratehichniy marketynh: navchalno-metodychnyi posibnyk / Ukladach: I.Y. Mendela. Ivano-Frankivsk: Vyd-vo "Foliant", 2012. 102 p.
8. Nikolaichuk O. Marketynhova stratehiia: sutnist y osoblyvosti [Marketing strategy: essence and peculiarities]. Galician economic journal (Tern.). 2019. Vol. 61. No 6. P. 111–118. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/31592> [in Ukrainian]
9. Peter R. Dickson. Marketing Management. London: The Dryden Press, 1994. 642 p.

Зеркаль Анастасія Вікторівна

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри маркетингу та логістики
Національний університет «Запорізька політехніка»*

Zerkal Anastasiia

*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor at the Department of Marketing and Logistics
Zaporizhzhia Polytechnic National University*
ORCID: 0000-0002-3155-1302

Балабуха Катерина Євгенівна

*кандидат наук з державного управління,
доцент кафедри національної економіки, маркетингу та
міжнародних економічних відносин
Класичний приватний університет*

Balabukha Kateryna

*Candidate of Sciences in Public Administration,
Associate Professor at the Department of
National Economics, Marketing and International Economic Relations
Classic Private University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8551

МАРКЕТИНГ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ: ПОБУДОВА КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ БІЗНЕСУ

MARKETING IN WAR TIME: BUILDING COMMUNICATION CHANNELS AND BUSINESS TRANSFORMATION

Анотація. У статті розглянуто особливості управління маркетинговими комунікаційними стратегіями підприємств в умовах збройних конфліктів та воєнного стану в Україні. Окреслено виклики, які виникають у керівництва підприємств під час війни, в тому числі: вимкнення електропостачання, повітряні тривоги та атаки на промислові підприємства та об'єкти критичної інфраструктури, відсутність зв'язку, інтернету, міграція населення в середині країни та за її межі, втрата виробничих потужностей, проблеми з логістикою та ланцюгами комунікацій з клієнтами та постачальниками.

Встановлено, що маркетинг є центральною концепцією управління підприємством, яка дає можливість і розвиває зв'язок між компанією та зовнішнім світом. Зазначено, що маркетинг спрямований на отримання точної, достатньої та своєчасної інформації про процеси та події, що відбуваються в середовищі підприємства, в тому числі і впливу зовнішніх чинників на його діяльність. Визначено вплив маркетингових досліджень та застосування їх результатів в процесі розробки маркетингових програм і управлінських рішень.

Визначено наслідки міграції людей, які втікають від військових дій для українського бізнесу та економік країн, які приймають вимушено переміщених осіб з України, а також українського бізнесу. Проаналізовано як саме збройні конфлікти можуть вплинути на кожен аспект процесу підготовки маркетингових стратегій, комунікаційного комплексу, стратегій сегментації, реклами, зв'язків з громадськістю тощо. Встановлено, що кожен суб'єкт на ринку, включаючи підприємства, споживачів, дилерів, трейдерів і дистриб'юторів, змушені спробувати пристосуватися та розробити правильну стратегію

для виживання на ринку. Вищезазначене є дійсно важливим і особливо стосується діяльності спеціалістів з маркетингу, які відповідають за належні стратегії та можливості для підтримки повноцінної торгівлі та збереження рівня прибутку.

Доведено, що з 24 лютого 2022 року, після початку повномасштабного вторгнення російською федерацією, бізнес зазнав значних трансформацій та потребує нових підходів до управління всіма процесами від планування виробництва до побудови маркетингових комунікацій зі споживачами та державними органами влади, а також міжнародними партнерами. Визначено, що збройні конфлікти є причиною нестабільності та негативних наслідків не лише для економіки України та власників бізнесу, а й для економік європейських країн, які надають постійну підтримку Україні.

Ключові слова: маркетинг, канали комунікації, споживачі, бізнес, трансформація, підприємство, воєнний стан, збройний конфлікт, міжнародна торгівля, глобалізація.

Summary. The article examines the peculiarities of managing marketing communication strategies of enterprises in the conditions of armed conflicts and martial law in Ukraine. The challenges presented to the management of enterprises during wartime are outlined, including: blackouts, air strikes and attacks on industrial enterprises and critical infrastructure facilities, the opening of communications, the Internet, population migration in the Americas and beyond, loss production capacity, problems with logistics and communication chains with customers and suppliers.

It has been established that marketing is the central concept of enterprise management, which enables and develops the connection between the company and the outside world. It is noted that marketing is aimed at obtaining accurate, sufficient and happy information about the processes and events taking place in the environment of the enterprise, including the involvement of external factors in its activities. The impact of marketing research and the application of their results in the process of developing marketing programs and management solutions is determined.

The consequences of the migration of people fleeing military operations for Ukrainian business and the economy of the country that hosts forcibly displaced persons from Ukraine, as well as Ukrainian business, are determined. It is analyzed how the armed conflicts themselves can affect every aspect of the process of preparing marketing strategies, communication complex, segmentation strategies, advertising, public relations, etc. It is established that every actor in the market, including businesses, consumers, dealers, traders and distributors, tries to try to adapt and develop the right strategy to live in the market. The above is really a place and a special feature of the activities of marketing specialists, which refer to the appropriate strategies and opportunities to support a full-fledged trade and maintain the level of profit.

It has been proven that since February 24, 2022, after the start of a full-scale invasion of the Russian Federation, business has undergone significant transformations and needs new approaches to managing all processes from production planning to building marketing communications with consumers and state authorities, as well as international partners. It was noted that armed conflicts are the cause of instability and negative consequences not only for the economy of Ukraine and business owners, but also for the economies of European countries that provide constant support to Ukraine.

Key words: marketing, communication channels, consumers, business, transformation, enterprise, martial law, armed conflict, international trade, globalization.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток світової економіки призвів до розвитку глобального маркетингу. Кілька десятиліть тому західним підприємствам та компаніям здавалося неможливим продавати свої товари та послуги на закордонних ринках. Нині цей факт нікого не дивує. За останні роки інформаційні технології розвинулися, світ зазнав значної інтернаціоналізації та глобалізації, і тепер клієнти можуть отримати потрібні їм продукти з різних ринків з усього світу за кілька днів. Оскільки технології створюють мости в комунікації, трансформації та фінансових транзакціях, підприємства, компанії та споживачі можуть заснувати бізнес майже в кожній країні світу завдяки прогресу в міжнародній торгівлі.

Бренди та продукти, що походять з однієї країни, сприймаються в інших з ентузіазмом. Наприклад, сумки Louis Vuitton, автомобілі BMW і кава Columbian, які є іноземними продуктами, в Україні вони стали символами статусу та якості, також багато американських брендів, таких як Warner Brothers, IBM та інші, мають подібні точки продажу за кордоном. Велика кількість українських підприємств до початку повномасштабного вторгнення Росії в 2022 році мали налагоджені канали збуту по всьому світу і успішно реалізовували маркетингові збутові стратегії на закордонних ринках. Сьогодні ситуація змінилася через збройний конфлікт на території України, проблеми з логістикою та маркетинговими комунікативними стратегіями рівень експорту значно знизився. Виклики сьогодення потребують від

маркетологів та логістів українських підприємств надзусиль для збереження рівня продажів товарів та послуг як на території України так і на міжнародних ринках, а адже і застосування різноманітних підходів та стратегій комунікації зі споживачами, а також побудови нових ланцюгів маркетингових комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маркетингові комунікації широко розглядається в науковій літературі. Серед дослідників наукові праці яких присвячені маркетинговим комунікаційним стратегіям підприємств можна виділити наступних: Голомб В. [9], Каплан А. [2], Нейер К. [4], Вагнер К. [7], Джефф С. [1] та інші.

Дослідженню маркетингу під час війни присвячені роботи таких авторів: Дубовик Т. [6], Корнеєв М. [3], Шира Т. [5] та інші. Незважаючи на значну кількість досліджень у сфері маркетингу подальших досліджень потребує вивчення побудов каналів маркетингових комунікацій під час війни.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення особливостей використання маркетингу на підприємствах під час воєнного стану, а також побудова каналів комунікації зі споживачами та пошук шляхів трансформації бізнесу з урахуванням сучасних викликів і перспектив.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах глобалізації ринків навіть якщо підприємство або компанія не хочуть засновувати свій бізнес за кордоном, дуже ймовірно, що вони цілком можуть зіткнутися з внутрішньою конкуренцією з боку іноземних компаній. Такого роду конкуренція породила необхідність для багатьох підприємств створити міжнародну присутність. Збройні, політичні конфлікти та війни, безумовно, є одними з факторів, які найбільше впливають на міжнародне ринкове середовище. Хоча міжнародний ринок є більш гнучким, ніж національний, він також зазнає втрат і негативних наслідків [5, с. 738]. Проблеми та труднощі, такі як збройні конфлікти та війни, зазвичай уповільнюють економічне зростання. Вони є причиною економічної кризи та проблем у цілих регіонах тих чи інших країн, де відбуваються збройні конфлікти та вимагають від підприємств пошуку нових каналів для маркетингових комунікацій.

Маркетингове середовище — це сукупність факторів поза компанією, які впливають на її діяльність. Для підприємств та компаній життєво важливо розуміти ці фактори, щоб правильно розробляти свої стратегії. Для цього маркетологам підприємств необхідно постійно спостерігати за ходом подій і досліджувати середовище. Підпри-

ємства є відкритими системами, які контактують з навколишнім середовищем. Навколишнє середовище, зі свого боку, впливає на розвиток процесів на підприємстві і зазнає певної міри впливу на його діяльність. Маркетинг є центральною концепцією управління підприємством, яка дає можливість і розвиває зв'язок між компанією та зовнішнім світом. Маркетинг спрямований на отримання точної, достатньої та своєчасної інформації про процеси та події, що відбуваються в середовищі підприємства, і її застосування в процесі розробки маркетингових програм і управлінських рішень [1, с. 8].

Маркетингове середовище має кілька ключових елементів, які необхідно брати до уваги, коли підприємство досліджує його. Одним із найважливіших елементів є економічні та політичні умови. Дослідження економічного середовища включає отримання та аналіз даних про доходи домогосподарств, інфляцію та процентні ставки, зайнятість, демографічну структуру. Не менше значення має політичне середовище. Уряд визначає свої цілі та реалізує стратегії розвитку країни, і його дії потребують ретельної перевірки, оскільки вони задають рамки для діяльності всіх суб'єктів господарювання. Це включає політичну стабільність, функції різних інституцій, ідеологію режиму, зв'язки та відносини країни з її сусідами та іншими країнами, різноманітну політику (наприклад, країна може захотіти приєднатися до інтеграційного співтовариства або розвивати широкі економічні зв'язки з іншою країною) та правові законодавчі акти (наприклад, акти, що стосуються фіскальної чи податкової політики, впливають на всіх суб'єктів господарювання) [6, с. 210]. Керівникам підприємств необхідно розуміти політичні фактори та національні стратегії та цілі країни, де вони працюють, щоб приймати адекватні рішення.

Аналіз як політичних, так і економічних факторів допомагає керівництву оцінювати ймовірність різних політичних чи економічних проблем і можливостей, які можуть виникнути.

Важливість аналізу політичних та економічних факторів стає вирішальною, коли країна переживає хвилювання. Війна або військове протистояння — це ситуація, коли нормальні обставини значно змінюються. Будь-який тип соціальних заворушень ставить під загрозу добробут нації. Бізнес не є винятком. Це залежить від нормального економічного та політичного середовища, щоб працювати належним чином і — що важливіше — забезпечити належний розподіл товарів і послуг

у країні. Отже, коли починається військове протистояння, це заважає бізнесу і тим самим ставить під загрозу добробут нації. Звідси виникає необхідність, щоб бізнес функціонував навіть у виняткових обставинах.

Збройні конфлікти мають серйозні наслідки для політичної та економічної системи країни. Перш за все, вони вносять розлад у відносини між суб'єктами господарювання. Нормальне законодавство та судова система не можуть належним чином функціонувати ні через спеціальні урядові розпорядження, ні внаслідок військових дій [3, с. 50]. Економічна база — інфраструктура, виробничі підприємства, міста та об'єкти стратегічного значення — пошкоджені або зруйновані. Звичайний рух поставок товарів порушується. Функціонування маркетингової діяльності також знаходиться під загрозою. Ці умови загрожують розподілу товарів. Водночас вони показують необхідність збереження цивільних справ і комерційних відносин, щоб нація могла вижити. Збройні конфлікти серйозно впливають не лише на країну, де вони розвиваються, а й на сусідів. Поширеним наслідком збройних конфліктів є міграція людей, які втікають від військових дій. Це може спричинити кризу біженців у сусідніх країнах — адже біженцям потрібна гуманітарна допомога, з наданням якої приймаюча країна може мати проблеми. Потік біженців також породжує різноманітні проблеми правового, демографічного та економічного характеру — яким має бути правовий статус біженців, як і мають бути інтегровані біженці в суспільство приймаючої країни, як і мають бути інтегровані в економіку приймаючої країни. Відповісти на ці запитання ніколи не буває легко, але не слід забувати, що біженці створюють не лише проблеми — вони пропонують нові можливості — для приймаючої країни та для бізнесу.

Однак мета цього дослідження полягає в тому, щоб вивчити, як протистояння війни в різних регіонах світу впливає на маркетинг і комунікацію зі споживачами. Розглянемо більш детально, як криза в Україні впливає на міжнародну економіку маркетингу та які наслідки для різних країн (і відповідних споживачів), які беруть участь у цьому конфлікті.

Згідно з останніми дослідженнями Світового банку [8], близько 1,5 мільярда людей у різних географічних регіонах живуть у війні. У дослідженні згадуються триваючі збройні конфлікти в Афганістані, пірати в Сомалі, а також політичні конфлікти в Індонезії. Доповідь представлена під час хвилі повстань на Близькому Сході, зокрема

в Тунісі, Єгипті, Ємені, Лівії та Бахреїні. Варто зазначити, що протягом останнього року навіть Європа знову побачила лиха збройних конфліктів після війни в Югославії. Криза в Україні почалася після референдуму в Автономній республіці Крим в 2014 році, який значна частина західних суспільств визнала анексією і досягла апогею 24 лютого 2022 року після початку повномасштабного вторгнення російською федерацією і є причиною нестабільності та негативних наслідків для європейських економік.

Збройні конфлікти призводять до зміни інфраструктури ринку та пошкодженого ринкового середовища, що, природно, призводить до неможливості здійснення належного та успішного маркетингу. Збройні конфлікти можуть вплинути на кожен аспект процесу підготовки маркетингових стратегій, комунікаційного комплексу, стратегій сегментації, реклами, зв'язків з громадськістю тощо [9]. На жаль, є групи людей і підприємств, які отримують вигоду від конфліктів і воєн. Часто з'являються чорні ринки, які посилюють негативні наслідки збройних конфліктів, тому що поки є люди, які не хочуть припинення конфліктів, економіка та нормальне ринкове середовище не можуть відновитися. Малоімовірно, що економіка також зростатиме. Це призводить до того, що кожен суб'єкт на ринку, включаючи підприємства, споживачів, дилерів, трейдерів і дистриб'юторів, змушені спробувати пристосуватися та розробити правильну стратегію для виживання на ринку. Вищезазначене є дійсно важливим і особливо стосується діяльності спеціалістів з маркетингу, які відповідають за належні стратегії та можливості для підтримки нормальної торгівлі та прибутку.

Потім акцент робиться на простому відновленні цих основних потреб. Пряме зображення ситуації війни та конфлікту можна отримати з графічного представлення ланцюжка проблем, що стосуються забезпечення продуктами харчування під час конфлікту. Воєнні дії на території України вимагають від підприємств та бізнесу нових підходів до управління через наступні чинники: вимкнення електропостачання, відсутність зв'язку, інтернету, повітряні тривоги та атаки на промислові підприємства та об'єкти критичної інфраструктури, міграція населення в середині країни та за її межі, втрата виробничих потужностей, проблеми з логістикою та ланцюгами комунікацій з клієнтами та постачальниками.

Можливо, легко встановити два види ведення бізнесу під час військового протистояння. Перший — коли одна корпорація заробляє

безпосередньо на конфлікті, продаючи свою продукцію одній або обом сторонам війни. У нашій уяві постає персонаж Ніколаса Кейджа у фільмі «Володар війни» 2005 року. У цьому фільмі торговець зброєю продає зброю різним диктаторам, наркоторговцям тощо, а його фігура та бізнес є маркетинговими. Звичайно, законодавчо дозволений вид торгівлі під час війни. Якщо на ваш продукт немає ембарго, його продаж можна продовжити. Другий вид ведення бізнесу — коли одна компанія втягується в конфлікт не за власним бажанням.

Сьогодні, як і в минулому, військові конфлікти мають численні наслідки для повсякденного життя людей, що, безсумнівно, призводить також до багатьох економічних наслідків. Наявність військових дій у регіоні/країні впливає на поведінку людей як споживачів, доступ до інформації та її поширення, що впливає на маркетингові канали. У такі важкі часи бажання, потреби та бажання людей часто змінюються. Війна може мати різні вирази:

- Локальні громадянські війни, що виходять за межі держави;
- військові дії між різними країнами, вони можуть бути суміжними (Ізраїль-Палестина) або розташованими далеко одна від одної (США-Іран);
- також можна додати терористичні атаки різних угруповань по всьому світу.

Військові дії подекуди змінюють канали збуту, але іноді трапляється, що вони відкривають і нові ніші. Загалом, війна діє як каталізатор змін як для учасників бойових дій, так і для країн, які мають торговельні відносини з відповідною країною/територією.

Маркетингові канали є посередником між товарами чи послугами та клієнтами, передаючи інформацію від виробника до кінцевого споживача. Інформаційні канали є двонаправленими, що важливо як для кінцевого споживача (замовника), так і для виробника. Залежно від широти та довготи можуть бути різні канали розподілу.

Висновки. Дійсно, збройні конфлікти мають величезний вплив на бізнес і маркетинг. Збройні конфлікти порушують нормальне середовище — політичне, економічне, демографічне — в якому діють суб'єкти господарювання. Страждає не лише економіка, а й відносини між домогосподарствами та бізнесом. Порушені соціальні відносини призводять до обмеженої ефективності нормально-го економічного обміну. Це має подвійні наслідки. По-перше, бізнес втрачає прибуток і змушений скорочувати виробництво та робочу силу. По-друге, домогосподарствам доводиться зменшувати споживання та в умовах збройного конфлікту шукати спосіб вижити. У таких умовах багато людей і сімей змушені залишати свої домівки та шукати притулку в інших регіонах країни або в сусідніх країнах. Однак такі міграції незабаром створюють серйозні виклики для приймаючої країни. Вона має забезпечити нормальні умови життя на дуже короткий час і для багатьох людей. Це потребує серйозного фінансування, яке більшість країн не можуть собі дозволити. Підприємства, в свою чергу, мають вибудувати нові стратегії маркетингових комунікацій зі споживачами та впроваджувати сучасні технології для збереження рівня збуту продукції.

Література

1. Jeff S. Mobile and social media are intricately linked. AmericanPress institute. 2014. P. 1–10.
2. Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons. 2010. P. 59–68.
3. Korneyev M., Berezhniuk I., Dzhyndzhoian V., Kubakh T., Horb K. Business marketing activities in Ukraine during wartime. Innovative Marketing. 2022. Vol. 18(3). P. 48–58. doi: 10.21511/im.18(3).2022.05
4. Neher K. Twelve Digital Marketing Trends for 2022 and How to Take Advantage of Them. Forbes. Available at: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2021/12/07/twelve-digital-marketing-trends-for-2022-and-how-to-take-advantage-of-them/?sh=48800bdd7138.2021>
5. Shyra T., Shtyrov O., Korchynskyy I., Zerkal A., Skoryk H. Providing the corporate security strategy in the management system of the enterprise. Business: Theory and Practice. 2020. 21(2). P. 737–745. doi: <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12975>
6. Dubovyk T., Buchatska I., Zerkal A., Lebedchenko V. Digital Marketing in the Condition of Wartime Posture in Ukraine. International Journal of Computer Science and Network Security 2022. Vol. 22 No. 7. P. 206–212. doi: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.7.25>
7. Wagner K. LinkedIn hits 300 million users amid mobile push. [Online]. Available at: <http://mashable.com/2014/04/18/linkedin-300-million-users>

8. World Bank Group. 2022. Commodity Markets Outlook: The Impact of the War in Ukraine on Commodity Markets, April 2022. World Bank, Washington, DC. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.

9. Зеркаль А.В., Голомб В.В. Маркетингові комунікаційні стратегії підприємства в умовах цифровізації економіки. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». 2021. № 12. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-12-7827>

References

1. Jeff S. Mobile and social media are intricately linked. AmericanPress institute. 2014. P. 1–10.
2. Kaplan A., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons. 2010. P. 59–68.
3. Korneyev M., Berezniuk I., Dzhyndzhoian V., Kubakh T., Horb K. Business marketing activities in Ukraine during wartime. Innovative Marketing. 2022. Vol. 18(3). P. 48–58. doi: [10.21511/im.18\(3\).2022.05](https://doi.org/10.21511/im.18(3).2022.05)
4. Neher K. Twelve Digital Marketing Trends for 2022 and How to Take Advantage of Them. Forbes. Available at: <https://www.forbes.com/sites/forbescoachescouncil/2021/12/07/twelve-digital-marketing-trends-for-2022-and-how-to-take-advantage-of-them/?sh=48800bdd7138.2021>
5. Shyra T., Shtyrov O., Korchynskyy I., Zerkal A., Skoryk H. Providing the corporate security strategy in the management system of the enterprise. Business: Theory and Practice. 2020. 21(2). P. 737–745. doi: <https://doi.org/10.3846/btp.2020.12975>
6. Dubovyk T., Buchatska I., Zerkal A., Lebedchenko V. Digital Marketing in the Condition of Wartime Posture in Ukraine. International Journal of Computer Science and Network Security 2022. Vol. 22 No. 7. P. 206–212. doi: <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.7.25>
7. Wagner K. LinkedIn hits 300 million users amid mobile push. [Online]. Available at: <http://mashable.com/2014/04/18/linkedin-300-million-users>
8. World Bank Group. 2022. Commodity Markets Outlook: The Impact of the War in Ukraine on Commodity Markets, April 2022. World Bank, Washington, DC. License: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.
9. Zerkal A.V., Holomb V.V. Marketynhovi komunikatsiini stratehii pidprijemstva v umovakh tsyfrovizatsii ekonomiky. Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Serii: «Ekonomiczni nauky». 2021. № 12. doi: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2021-12-7827>

Дудник Олена Василівна

*кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри
ПЗВО «Харківський технологічний університет «ШАГ»*

Dudnyk Olena

*PhD in Economics, Associate Professor, Head at the Department
Private higher educational institution «Kharkiv University of Technology «STEP»*

ORCID: 0000-0003-0901-5949

Полякова Олена Миколаївна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту культури та соціальних технологій
Харківська державна академія культури*

Poliakova Olena

*PhD in Economics, Assistant Professor at the
Department of Management of Culture and Social Technologies
Kharkiv State Academy of Culture*

ORCID: 0000-0003-1209-8108

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8512

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПІДХОДИ В ПРОЄКТНОМУ УПРАВЛІННІ

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПОДХОДЫ В ПРОЕКТНОМ УПРАВЛЕНИИ

CURRENT TENDENCIES AND APPROACHES IN PROJECT MANAGEMENT

Анотація. В статті розглянуто сучасні тенденції управління проектами та найбільш поширені підходи до управління ними в умовах трансформаційної економіки з метою систематизації тенденцій в управлінні проектами та аналізу підходів проєктного менеджменту в сучасних умовах господарювання. Авторами досліджені останні дослідження та публікації в даній сфері, зокрема приділено увагу новим змінам внесених до РМВОК Guide. Відзначено, що основними трендами проєктного управління є забезпечення якісного планування процесів та ресурсів, зростання значимості обміну знаннями та пошуку нових конкурентних переваг на основі підвищення адаптивності та використання гнучких та гібридних методів управління, а також віддалений (дистанційний) характер роботи, гібридні підходи в управлінні змінами, зростання попиту на менеджерів проєктів, розвиток Soft Skills, гнучке використання інструментів управління проектами. Здійснено порівняльний аналіз функціонального, динамічного та предметного підходів управління проектами та визначено їх характерні особливості. Проаналізовано переваги та недоліки гнучких та гібридних методологій проєктного управління, а саме найпоширеніша сучасна гнучка методологія управління проектами – Agile та гнучкі управлінські фреймворки: Scrum, Kanban, Crystal, Six Sigma та інші.

Підкреслено, що використання тих чи інших підходів до управління проектами визначається специфікою продукту проєктування, часом реалізації проєкту, ступенем залучення стейкхолдерів та багатьма іншими факторами. Встановлено, що через динамізм зовнішнього середовища в умовах цифрової трансформації суспільства гнучкі методології управління популяризуються. Agile-технології акцентують увагу на відсутності універсальних рішень та необхідності враховувати специфіку проєкту. Особливо це є актуальним для проєктів ІТ-сфери

Наведено тенденції та особливості управління проектами у сфері інформаційних технологій. Встановлено, що перспективними напрямками подальших досліджень в сфері управління проектами є організаційні та фінансові аспекти інтеграції кількох різних підходів в межах одного проєкту.

Ключові слова: проєкт, управління проєктами, IT технології, Agile методології, методи управління, тренди, створення цінності.

Summary. The article examines modern trends in project management and the most common approaches to their management in the conditions of a transformational economy with the aim of systematizing trends in project management and analyzing project management approaches in modern economic conditions. The authors researched the latest research and publications in this field, in particular, attention was paid to the new changes made to the PMBOK Guide. It was noted that the main trends in project management are the provision of high-quality planning of processes and resources, the growing importance of knowledge exchange and the search for new competitive advantages based on increased adaptability and the use of flexible and hybrid management methods, as well as the remote (remote) nature of work, hybrid approaches in change management, growing demand for project managers, development of Soft Skills, flexible use of project management tools. A comparative analysis of functional, dynamic and subject approaches of project management was carried out and their characteristic features were determined. The advantages and disadvantages of flexible and hybrid project management methodologies are analyzed, namely the most common modern flexible project management methodologies – Agile and flexible management frameworks: Scrum, Kanban, Crystal, Six Sigma and others.

It is emphasized that the use of certain approaches to project management is determined by the specifics of the design product, the time of project implementation, the degree of involvement of stakeholders and many other factors. It was established that due to the dynamism of the external environment in the conditions of digital transformation of society, flexible management methodologies are popularized. Agile technologies emphasize the lack of universal solutions and the need to take into account the specifics of the project. This is especially relevant for IT projects

Trends and features of project management in the field of information technologies are presented. It has been established that the organizational and financial aspects of the integration of several different approaches within one project are promising directions for further research in the field of project management.

Key words: project, project management, IT technologies, Agile methodologies, management methods, trends, value creation.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Процеси цифровізації, що відбуваються сьогодні у нашому господарському житті, відображаються на діяльності багатьох галузей економіки, зокрема IT-індустрії, будівництві, логістиці, консалтингу, івент-сфері та ін. У сучасному світі пристосованість компанії до поточних викликів стає найбільш важливим організаційним фактором. Появи нових звичок та вподобань споживачів обумовлюють вибір виробниками нових, більш відповідних сучасним умовам ризику та невизначеності маркетингових та рекламних стратегій, удосконалення виробничих операцій та внутрішніх систем управління, активізацію участі в механізмі ланцюжка поставок та створення споживацької користості.

Нестабільне середовище функціонування компанії вимагає від них використання проєктних підходів до управління, що дозволяє органічно поєднати різні моделі управління в систематичній діяльності або проводити «безшовну інтеграцію» цих підходів у рамках одного проєкту. Варто відзначити, що управління проєктами ґрунтується на стандартних проєктних методологіях, проте проєкти різних галузей мають свої особливості щодо життєвого ци-

клу, підходів до формування проєктних команд, побудови архітектури всієї системи та її оточення. Крім цього, на ефективність вибору та результативність застосування методологій управління проєктами впливають сучасні тренди індустрії 4.0 (прагнення до повної автоматизації, «розумне виробництво», Big Data, штучний інтелект) та соціальні події в суспільстві (пандемія Covid-19, військові дії та політичні конфлікти). В умовах невизначеності, обмеженості ресурсів, віддаленого режиму роботи підвищується актуальність вивчення сучасних трендів проєктного менеджменту, аналізу управлінських підходів та обґрунтування вибору відповідних інструментів для управління проєктами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління проєктами висвітлюються в наукових працях багатьох зарубіжних вчених, присвячених управлінню часом та розкладом, командою, гнучким методологіям управління, інтеграційному менеджменту, зокрема, Тома Демарка, Роба Коула, Едварда Скотчера, Кліфорда Грея, Еріка Ларсона, Джефа Сазерленда, Сьюзана Снедакера, Скотта Беркуна, Кіма Хелдмана, Дж. Ханка Рейнвотера та багатьох інших.

В цьому виданні Керівництва з управління проектами (PMBOK Guide) йдеться про зміну парадигми стандарту на набір формулювань принципів. Сам проект трактується як система постачання цінності для зацікавлених сторін; акцент з управління портфелями, програмами та проектами зміщується на ланцюжок створення цінності. Ключовою зміною в PMBOK Guide 7 є відсутність необхідності дотримання всіх процесів та поява доменів реалізації проектів. Це пов'язує можливість бізнесу з розвитком стратегії організації, цінністю та бізнес-цілями [1].

В Україні питання проектного менеджменту розкриваються в працях В. Приймака, Л. В. Ноздріної, А. В. Катренка, Ю. І. Буріменка, Л. В. Галана, І. Ю. Лебедевої, А. Ю. Щуровської; Л. Є. Довгань, Г. А. Мохонько, І. П. Малик, О. В. Ульянченка та П. Ф. Цигікала та інших [2–5].

Варто зазначити, що сьогодні дослідники вивчають методології управління проектами як окрему галузь, яка постійно розвивається та доповнюється, відображаючи сучасні тренди проектного менеджменту.

Необхідність суб'єктів господарювання відповідати постійним змінам економік світу та окремих галузей обумовлює вивчення трендів проектного управління та практичне застосування підприємствами сучасних підходів до управління проектами, цілісного сприйняття проектів та повної й ефективної взаємодії із стейкхолдерами. Більшість вітчизняних компаній, на жаль, тільки починають використовувати гнучкі технології управління та використовувати гібридні управлінські підходи.

Формулювання цілей статті. Метою статті є систематизація тенденцій в управлінні проектами та аналіз підходів проектного менеджменту в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перетворення проектного менеджменту у так звану екосистему знань із зростаючою взаємозалежністю між усіма зацікавленими сторонами у ланцюжку створення цінності відбувається під впливом трендів розвитку управління проектами. За думками фахівців галузі, основними тенденціями в проектному управлінні є такі:

1) підвищення значущості та важливості планування процесів та ресурсів. Зазвичай, управління починається з планування, і саме з точного та обґрунтованого плану, який враховує потенційні зміни та надає можливість їх своєчасно врахувати при реалізації проекту і починається грамотне управління. Чим більше змінюються речі, тим більше все залишається по-старому, тим більш

якісним повинно бути планування. Висока якість продукції забезпечується через якість управління, за циклом Едварда Демінга PDCA;

- 2) зростання значущості обміну знаннями. В умовах трансформаційної економіки пошук компаніями нових конкурентних переваг на постійній основі потребує активізації інноваційної діяльності, розширення використання нематеріальних активів, забезпечення ефективного використання інтелектуального капіталу, підвищення гнучкості, адаптивності, мінливості систем управління. Варто пам'ятати, що проблемою є не фактична кількість людей, а вузькі місця для певних навичок;
- 3) використання гнучких та гібридних методів управління. В умовах трансформаційної економіки та нестабільного зовнішнього середовища багато успішних вчора проектів сьогодні вже демонструють нижчу ефективність, або зовсім не можуть бути реалізованими через неактуальність методів та інструментів управління. Застосування індивідуальних гнучких та гібридних підходів, адаптованих до унікального проектного середовища, спрямовано на створення можливості застосування проектного управління в будь-яких ситуаціях без обмежень;
- 4) віддаленість робочого місця. Дистанційний характер роботи дозволяє менеджерам проектів та членам проектної команди працювати у різних часових зонах, різних культурах та при відсутності особистої комунікації. Управління командою і факторами впливу на результативність взаємодії між ними є критично важливими, тому перспективи досліджень у галузі управління проектами пов'язані саме з розподіленими командами. Потрібно знайти правильне поєднання віддаленої роботи та роботи на робочому місці, щоб задовольнити побажання працівників і втримати їх [6];
- 5) гібридні підходи в управлінні змінами. Управління змінами є ключовим фактором успіху проектів у майбутньому. Критичність управління змінами криється в своєчасному зверненні уваги керівника проекту на процес змін паралельно з фактичним впровадженням контенту та відображенні цих змін в самому проекті;
- 6) Зростання попиту на менеджерів проектів. Пошук і навчання проектних менеджерів є важливими в контексті успішного стратегічного планування та належного управління навичками. Проектні менеджери еволюціонують у «менеджерів, керуючих створенням цінності», активно розвиваючи додаткові компетенції. Так, за даними Інституту управління проектами (PMI),

«Трикутник Талантів» демонструє баланс між лідерськими, стратегічними і бізнес-навичками керівників проєктів [7];

- 7) гнучке використання інструментів управління проєктами. Масове використання інструментів та програмного забезпечення для управління проєктами, розробка аналітичних інструментів для перетворення даних на інформацію, необхідну для прийняття управлінських рішень — все це є характерними рисами сучасних проєктів. Інноваційними інструментами управління проєктами є аутсорсинг, бенчмаркінг, реінжиніринг, краудсорсинг, технологія ICO (initial coin offering) (просування проєктів на віртуальних біржах криптоактивів). Інструментарій проєктного управління повинен узгоджувати інтереси стейкхолдерів та оцінювати перспективність і ефективність варіантів розв'язання існуючих проблем;
- 8) Акцент на Soft Skills. Гнучкі навички необхідні у сфері управління проєктами, попит на них постійно зростає. Згідно Project Management Institute, базовими Soft Skills для менеджерів проєктів є комунікація, управління конфліктами, прийняття рішень, лідерство, мотивація, організація, зміцнення довіри [8]. Сьогодні в проєктній економіці з'являється новий рівень навичок — «power skills», що означає швидку адаптацію організації та колективу з метою збереження своїх конкурентних переваг.

Таким чином, глобалізаційні процеси, цифровізація економіки та індустрія 4.0. змінюють стандартний підхід до управління проєктами, обумовлюючи змішання гнучких та класичних методик, що, у перспективі, дозволяє підвищити якість виконання проєктів через індивідуальний підхід.

Розглянемо детальніше сучасні підходи до управління проєктами. З точки зору організації управління виділяють функціональний, динамічний та предметний підходи. Функціональний підхід розглядає управлінську діяльність за функціями: аналіз, планування, організація, контроль, регулювання. Динамічний підхід пов'язаний з логікою робіт за проєктом та передбачає розгляд у часі процесів, пов'язаних із основною діяльністю з виконання проєкту (аналіз проблеми; розробка концепції проєкту; проєктування; експлуатація). Предметний підхід визначає об'єкти проєкту, куди спрямовано управління: виробничі об'єкти та об'єкти (елементи), пов'язані з діяльністю із забезпечення реалізації проєкту (фінанси, кадри, маркетинг, контракти, ризик, матеріальні ресурси, якість, інформація).

Через неможливість структурування всіх проєктів відповідно до класичного менеджменту, фахівці з управління застосовують безліч гнучких, гібридних та динамічних підходів. Сьогодні фахівцями в галузі управління використовується термін «гімнастичне підприємство» (gymnastic enterprise) — проєктно-орієнтоване підприємство, здатне одночасно підтримувати свої структури, організаційні форми та механізми керівництва, а також гнучко змінюватися і швидко змінювати напрямки розвитку [9].

Звичайно, найпоширенішою сучасною гнучкою методологією управління проєктами є Agile методологія, яка дає можливість побачити, що всіх учасників процесу об'єднує одна мета — створення якісного проєкту для свого споживача, та в якій успішно поєднуються принципи тайм-менеджменту й оцадливого виробництва. Різновидами Agile-технологій є гнучкі управлінські фреймворки: Scrum, Kanban, Crystal, Six Sigma та інші.

Agile — це набір принципів та цінностей. Концепція гнучких методів управління проєктами базується на чотирьох цінностях, відомих як Agile Manifesto:

- люди та взаємодія важливіші за процеси та інструменти;
- працюючий продукт важливіший за вичерпну документацію;
- співпраця із замовником важливіша за узгодження умов контракту;
- готовність до змін важливіша за проходження початкового плану [1].

Найголовнішою перевагою Agile є гнучкість, адаптивність, здатність підлаштуватися під будь-які умови та процеси організації. На відміну від класичної каскадної методології Waterfall, що заснована на чіткому дотриманні умов контракту та первісній документації, Agile-технології передбачають оперативний перегляд планів залежно від змін. Слабка сторона Agile полягає в тому, що кожна команда має самостійно складати свою систему управління, керуючись принципами Agile.

Суть Scrum полягає у поділі всього процесу виконання проєкту на безліч спринтів, які вимагають приблизно однакової кількості часу на завершення. Кожен спринт має поєднувати встановлену кількість конкретних завдань. Таким чином, методологія Scrum базується на коротких циклах організованої певним чином роботи, завдяки чому можливе швидке отримання зворотного зв'язку та, відповідно, коригування подальшого плану проєкту. Перевагами Scrum-методології є безпосередня участь клієнта в ході роботи, швидкість

реалізації та терпимість до коригування. До недоліків цього підходу належить висока ймовірність виконання зайвих операцій, відносно велика кількість часу, що приділяється обговоренням на шкоду реальній роботі [10].

На відміну від Scrum, Kanban дозволяє члену команди вести кілька завдань одночасно, надає можливість залишати завдання відкритими і переходити до вирішення більш пріоритетних з них. До того ж Kanban не має строгих обмежень у часі, як Scrum. Складності застосування цього фреймворка виникають в незгуртованих командах, в яких навички працівників не перетинаються один з одним. Також недоцільно використовувати Kanban в умовах жорстких термінів виконання проєкту.

Концепція «6 сигм» (Six Sigma) заснована на процесі безперервного поліпшення всіх аспектів проєкту через ретельний аналіз показників. Підхід ґрунтується на 5-ти кроках (DMEDI):

- визначення (Define) — постановка завдання, збирання інформації, встановлення термінів виконання;
- вимір (Measure) — визначення ключових показників;
- дослідження (Explore) — пошук шляхів реалізації проєкту;
- розробка (Develop) — реалізація задуманого плану;
- контроль (Control) — проведення аналізу та поліпшення всіх процесів.

Перевагами концепції «6 сигм» є ретельний аналіз та контроль якісних показників на кожному новому етапі. В той же час через різницю в цілях на різних етапах проєкту, виникає плутанина в пріоритетах. Також постійне прагнення покращити продукт проєктування може демотивувати співробітників, які не відчують задоволення від виконаної роботи.

Класична каскадна методологія Waterfall та гнучкі системи менеджменту Agile, поєднуючись, утворюють гібридні системи управління, в яких більш технологічно складні міні-проєкти реалізуються за гнучкими моделями, а стандартні завдання — за класичною каскадною моделлю.

Таким чином, використання тих чи інших підходів до управління проєктами визначається специфікою продукту проєктування, часом реалізації проєкту, ступенем залучення стейкхолдерів та багатьма іншими факторами. Проте переваги гнучкого та гібридного підходів дозволяють використовувати Agile-методологію для підвищення ефективності процесів та досягнення цільових результатів проєктної діяльності.

Через динамізм зовнішнього середовища в умовах цифрової трансформації суспільства гнучкі методології управління популяризуються. Agile-технології акцентують увагу на відсутності універсальних рішень та необхідності враховувати специфіку проєкту. Особливо це є актуальним для проєктів ІТ-сфери. За даними Держстату ІТ-бізнес належить до тих небагатьох галузей, які виявилися найбільш пристосованими в новій сьогоденній реальності до кардинальних змін, пов'язаних з війною та економічним спадом. Незважаючи на те, що війна суттєво вплинула на географічну структуру бізнесу та на пріоритетні види діяльності, за останні півроку кількість зареєстрованих фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб склала 1,38 млн. суб'єктів. Порівняно з аналогічним періодом минулого року приріст становить 2,55%. Причому 68,8% з чистого приросту припадає на ІТ сектор [11]. За даними LIGA.net та кадрового порталу grc.ua середнє зростання у сфері ІТ дорівнює близько 10%, а пропозиції роботи у сфері інформаційних технологій складають понад 15% від усіх відкритих вакансій за останній місяць в Україні [11; 12].

Загалом фахівці у галузі ІТ виділяють кілька тенденцій, що склалися на вітчизняному ринку, зокрема, повернення до ринку роботодавця, відсутність гарантії безпеки спеціалістів та збільшення кількості бажаючих виїхати за кордон, зростання попиту на послуги аутсорсингових компаній, скорочення айтишників у непрофільних компаніях [12].

Проєкти, що реалізуються у сфері інформаційних технологій, зазвичай характеризуються високою унікальністю, відносно значними витратами проєктного бюджету, наявністю високих ризиків, нетерпимістю до помилок, виконанням частини робіт на умовах аутсорсингу, наявністю комунікаційних конфліктів, наявністю змін якісних характеристик цілей проєкту та умов його реалізації, розбіжністю вимог та очікуваних результатів, високою особистісною відповідальністю членів команди за результат роботи, прогнозним характером показників ефективності проєкту.

Згідно з дослідженнями фахівців в галузі ІТ-технологій, в Україні при реалізації проєктів найчастіше віддають перевагу методології Scrum. При цьому щодо використання розподілених команд існує достатній рівень управління проєктами в організаціях порівняно зі світовими практиками, що дає можливість експорту сервісних послуг замовникам [13].

Таким чином, можна зробити висновок, що управління IT-проектами є складним процесом, реалізація якого потребує врахування великої кількості факторів. Під час реалізації IT-проектів рекомендується використовувати переваги різних моделей управління, що буде стимулювати функціонування бізнесу та проектів за умов невизначеності зовнішнього середовища та роботи в розподілених командах.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Розвиток проектного управління не тільки перебуває під впливом тенденцій світових та національних трансформаційних процесів, а також сам впливає на реалізацію цих трендів, визначаючи

організаційні здібності компаній, ефективність діяльності та стійкість розвитку. В умовах відсутності універсальних рішень та необхідності врахування специфіки проектів, управління проектами на основі цінностей Agile дає можливість створювати якісні продукти та формувати ефективні проектні команди. Вибір стандартних, гнучких або гібридних методологій проектного управління у будь-якому проекті ґрунтується на враховувати одних й тих самих основних обмежень — ресурсів, часу та якості.

Перспективними напрямками подальших досліджень в сфері управління проектами є організаційні та фінансові аспекти інтеграції кількох різних підходів в межах одного проекту.

Література

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) — Seventh Edition and The Standard for Project Management (ARABIC) PDF. URL: <https://zlibraries.com/book/ol8yowgvnv4v/a-guide-to-the-project-management-body-of-knowledge-pmbok-guide-seventh-edition-and-the-standard-for-project-management-arabic> (дата звернення: 24.10.2022).
2. Катренко А.В. Управління IT-проектами [Книга 1. Стандарти, моделі та методи управління проектами]. Львів: «Новий Світ. 2000». 2011. 550 с.
3. Буріменко Ю.І., Галан Л.В., Лебедева І.Ю., Щуровська А.Ю. Управління проектами: навч. посіб. / за ред. Ю.І. Буріменко. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2017. 208 с.
4. Управління проектами: навч. посібник / за ред. О.В. Ульянченка та П.Ф. Цигікала. Харків: ХНАУ ім. В.В. Докучаєва, 2010. 522 с.
5. Управління проектами: навчальний посібник / Уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П. Малік. К.: КІП ім. Ігоря Сікорського, 2017. 420 с.
6. Сім трендів в управлінні проектами у 2022 році — куди ми рухаємось? Edinburg business school. URL: <https://britishmba.in.ua/7-trendiv-upravlinnia-proektamy-u-2022-rotsi-kudy-my-rukhaiemos/> (дата звернення: 24.10.2022).
7. Краснокутська Н.С., Осетрова Т.О. Еволюція розвитку та сучасні тренди в управлінні проектами. Економічний аналіз. 2018. Том 28. № 1. С. 236–242.
8. Мотузка О.М. Сучасні тренди в управлінні проектами. Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю: Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції, 17 березня 2022 року / Упоряд. О.А. Іващенко. Київ: Інтерсервіс, 2022. С. 308–311.
9. Success in Disruptive Times. Pulse of the Profession. Newtown Square, PA. 2018. URL: <https://www.pmi.org/-/media/pmi/documents/public/pdf/learning/thought-leadership/pulse/pulse-of-the-profession-2018.pdf> (дата звернення: 24.10.2022).
10. Бардась А., Богач К., Дудник А. Застосування проектного менеджменту при управлінні високотехнологічними підприємствами. Економічний простір. 2022. (180). С. 82–88.
11. Огляд IT, логістика, дизайн та збирання: де і який бізнес з'являється під час війни. URL: <https://biz.liga.net/ua/ekonomika/all/article/it-logistika-dizayn-i-sobiratelstvo-gde-i-kakoy-biznes-poyavlyetsya-vo-vremya-voyny> (дата звернення 24.10.2022).
12. Бровінська М. Війна змінила IT-ринок. Що відбувається з наймом, зарплатами, релокейтом та чи буде робота для айтішників найближчим часом. URL: <https://dev.ua/news/viina-zminylo-it-rynok> (дата звернення: 24.10.2022).
13. Краснокутська Н.С., Подопріхіна Т.О. Аналіз методологій управління проектами в IT-галузі. Бізнес Інформ. 2020. № 8. С. 217–222.

References

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) — Seventh Edition and The Standard for Project Management (ARABIC) PDF URL: <https://zlibraries.com/book/ol8yowgvnv4v/a-guide-to-the-project-management-body-of-knowledge-pmbok-guide-seventh-edition-and-the-standard-for-project-management-arabic>
2. Katrenko A. V. (2011). Upravlinnia IT-proektamy. Knyha 1. Standarty, modeli ta metody upravlinnia proektamy. [IT project management. Book 1. Standards, models and methods of project management]. Lviv [in Ukrainian].
3. Burimenko Yu. I., Halan L. V., Lebedieva I. Yu., Shchurovska A. Yu.; Burimenko Yu. I. (Eds.). (2017). Upravlinnia proektamy. [Project management]. Odesa [in Ukrainian].
4. Ulianchenko O. V., Tsyhikalo P. F. (Eds.). (2010). Upravlinnia proektamy [Project management]. Kharkiv [in Ukrainian].
5. Dovhan L. Ye., Mokhonko H. A., Malyk I. P. (2017). Upravlinnia proektamy [Project management]. Kyiv [in Ukrainian].
6. Sim trendiv v upravlinni proektamy u 2022 rotsi — kudy my rukhaiemos? Edinburg business school [Seven trends in project management in 2022 — where are we going? Edinburg business school] URL: <https://britishmba.in.ua/7-trendiv-upravlinnia-proektamy-u-2022-rotsi-kudy-my-rukhaiemos/> (Last accessed: 24.10.2022) [in Ukrainian].
7. Krasnokutska N. S., Osetrova T. O. (2018). Evoliutsiia rozvytku ta suchasni trendy v upravlinni proektamy [Evolution of development and modern trends in project management]. The Economic analysis, no. 28 (1), pp. 236–242 [in Ukrainian].
8. Motuzka O. M. (2022). Suchasni trendy v upravlinni proektamy. Biznes-analytyka v upravlinni zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu [Modern trends in project management. Business analytics in the management of foreign economic activity]. Materialy IX Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (17 bereznia 2022 roku) — Materials of the IX International Scientific and Practical Conference, March 17, 2022 (pp. 308–311). Kyiv: Interservis [in Ukrainian].
9. Success in Disruptive Times. Pulse of the Profession. Newtown Square, PA. 2018. URL: <https://www.pmi.org/-/media/pmi/documents/public/pdf/learning/thought-leadership/pulse/pulse-of-the-profession-2018.pdf> (Last accessed: 24.10.2022) [in English].
10. Bardas A., Bohach K., Dudnyk A. (2022). Zastosuvannia proiektnoho menedzhmentu pry upravlinni vysokotekhnolohichnymy pidpriemstvamy [Application of project management in the management of high-tech enterprises]. The Economic Space, no. 180, pp. 82–88. [in Ukrainian].
11. Ohliad IT, lohistyka, dyzain ta zbyrannia: de i yakyi biznes zivliaietsia pid chas viiny [Overview of IT, logistics, design and assembly: where and what business appears during war]. URL: <https://biz.liga.net/ua/ekonomika/all/article/it-logistika-dizayn-i-sobiratelstvo-gde-i-kakoy-biznes-poyavlyatsya-vo-vremya-voyny> (Last accessed: 24.10.2022) [in Ukrainian].
12. Brovinska M. Viina zminylo IT-rynok. Shcho vidbuvaietsia z naimom, zarplatamy, relokeitom ta chy bude robota dlia aitishnykiv naiblyzhchym chasom [The war changed the IT market. What is happening with hiring, salaries, relocation and whether there will be work for itishniks in the near future]. URL: <https://dev.ua/news/viina-zminylo-it-rynok> (Last accessed: 24.10.2022) [in Ukrainian].
13. Krasnokutska N. S., Podoprykhina T. O. (2020). Analiz metodolohii upravlinnia proektamy v IT-haluzi [Analysis of project management methodologies in the IT industry]. The Business Inform, no. 8, pp. 217–222 [in Ukrainian].

Леськова Світлана Василівна

кандидат економічних наук,

доцент кафедри маркетингу і менеджменту

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Leskova Svitlana

PhD, Associate Professor of the department of Marketing and Management

Khmelnitsky Cooperative Institute of Trade and Economics

ORCID: 0000-0001-5118-6448

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8521

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО АДАПТАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

A SYSTEMATIC APPROACH TO THE ADAPTATION OF ENTERPRISE STAFF

Анотація. Метою статті є дослідження теоретичних підходів до адаптації та обґрунтування необхідності застосування системного підходу до адаптації персоналу сучасних підприємств. У статті розкрито значення адаптації персоналу в системі управління персоналом підприємства. Систематизовано основні визначення поняття адаптація персоналу, що подані сучасними науковцями. Доведено, що поняття «адаптація персоналу» науковцями розглядається стосовно нових працівників. Розмежовано підходи до визначення адаптації персоналу з позиції психології та з позиції управління процесом адаптації. Окреслено основні стадії адаптації нового працівника: ознайомлення, пристосування, асиміляція, ідентифікація. Показано важливість застосування системного підходу до адаптації персоналу сучасних підприємств. Охарактеризовано основні елементи системи адаптації персоналу: програма адаптації, наставництво, система оцінювання, система мотивування та процес адаптації працівника. Подано основні складові програми адаптації працівника. Розглянуто наставництво як основний інструмент адаптації персоналу, що передбачає навчання працівника безпосередньо на робочому місці шляхом передання досвідченими працівниками набутого досвіду і знань та формування необхідних навичок. Вказано на те, що наставництво є інструментом адаптації персоналу, застосування якого регламентується на рівні держави. Розглянуто Методичні рекомендації щодо запровадження наставництва, затверджені наказом Міністерства соціальної політики України від 11.10.2017 № 1611. Окреслено та обґрунтовано основні елементи системи оцінювання під час адаптації персоналу, а саме етапи процесу оцінювання, цілі оцінювання (інформативну, мотиваційну, адміністративну), різні методи оцінювання, що використовуються на різних етапах: під час відбору персоналу, для формування програми адаптації та для оцінювання результатів адаптації. Запропоновано використовувати для підкріплення адаптаційних заходів систему мотивування, що дозволить керівництву підприємства забезпечити підвищення мотивації працівника і пришвидшити динаміку його виходу на відповідний рівень продуктивності.

Ключові слова: персонал, підприємство, адаптація персоналу, система, системний підхід.

Summary. The purpose of the article is to research theoretical approaches to adaptation and justify the need to apply a systemic approach to the adaptation of personnel of modern enterprises. The article reveals the significance of personnel adaptation in the personnel management system of the enterprise. The main definitions of the concept of personnel adaptation, given by modern scientists, have been systematized. It is proven that the concept of «personnel adaptation» is considered by scientists in relation to new employees. Approaches to determining the adaptation of personnel from the standpoint of psychology and from the standpoint of management of the adaptation process are distinguished. The main stages of adaptation of a new employee are outlined: familiarization, adaptation, assimilation, identification. The importance of applying a system approach to the adaptation of personnel of modern enterprises is shown. The main elements of the personnel adaptation system are characterized: adaptation program, mentoring, evaluation system, motivation system and employee adaptation process.

The main components of the employee adaptation program are presented. Mentoring is considered as the main tool for personnel adaptation, which involves training the employee directly at the workplace through the transfer of the acquired experience and knowledge by experienced employees and the formation of the necessary skills. It is pointed out that mentoring is a tool for personnel adaptation, the use of which is regulated at the state level. The Methodological recommendations for the introduction of mentoring, approved by the order of the Ministry of Social Policy of Ukraine dated 11.10.2017 No. 1611, were considered. The main elements of the evaluation system during staff adaptation were outlined and substantiated, namely the stages of the evaluation process, evaluation goals (informative, motivational, administrative), various methods evaluations used at different stages: during personnel selection, for the formation of an adaptation program and for evaluating the results of adaptation. It is proposed to use a motivation system to reinforce adaptation measures, which will allow the management of the enterprise to ensure an increase in the employee's motivation and speed up the dynamics of his exit to the appropriate level of productivity.

Key words: personnel, enterprise, personnel adaptation, system, systemic approach.

Постановка проблеми. Як показує світова практика управління, людські ресурси (персонал) сучасних підприємств посідають ключову роль серед інших ресурсів підприємства. У зв'язку із постійними змінами в бізнес-середовищі, зумовленими глобалізацією, міграцією населення багато підприємств України зустрілися з рядом проблем, зокрема: виникненням проблем залучення компетентних працівників, частими випадками звільнення працівників у перші місяці роботи і, як наслідок, додатковими витратами на наймання й навчання нових працівників. Важливу роль в ефективній роботі персоналу відіграє його адаптація. Основними завданнями адаптації персоналу є створення умов для розкриття потенціалу працівників та формування стабільного трудового колективу підприємства. У зв'язку із цим до організації адаптації персоналу потрібно підходити системно.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питання організації адаптації персоналу висвітлені у наукових працях зарубіжних і вітчизняних учених: М. Армстронга, Е. Мюллер, Л. Балабанової, А. Бикової, Н. Гриценко, К. Ковтуненко, А. Кудар, В. Куделі, А. Лобзи, О. Миронної, Г. Обруч, Т. Погорелової та ін.

Однак, вважаємо, що актуальним є дослідження проблеми використання системного підходу до адаптації працівників.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження теоретичних підходів до адаптації та обґрунтування необхідності застосування системного підходу до адаптації персоналу сучасних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Одним із важливих завдань системи управління персоналом сучасного підприємства є створення умов для формування стабільного трудового колективу, який забезпечуватиме підтримку високої конкурентоздатності підприємства. У цьому сенсі адаптація персоналу є необхідною складовою системи управ-

ління персоналом підприємства. Адже, найнявши на роботу нового працівника необхідно організувати його «еволюцію», тобто, перетворення на ефективного працівника саме цього підприємства.

Слово «адаптація» (англ. «adaptation») в економічному словнику трактується як «здатність будь якої системи реагувати на зовнішнє середовище і змінювати власну поведінку заради оптимального функціонування» [5, с. 7]. Зважаючи на те, що до персоналу відносяться всі особи, що працюють на підприємстві згідно з укладеним трудовим договором, можна трактувати поняття «адаптація персоналу» як здатність працівників пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі підприємства. Проте, досліджуючи питання адаптації персоналу, ми побачили, що науковці застосовують його, зазвичай, до новоприйнятих працівників підприємства.

Проведемо аналіз деяких визначень поняття «адаптація персоналу», поданих сучасними науковцями (табл. 1).

Проаналізувавши подані в табл. 1 визначення, варто відмітити, що більшість із науковців розглядають адаптацію персоналу з позиції психології, зміщуючи акцент на внутрішніх психофізіологічних змінах, що відбуваються з працівником під час адаптації. Вважаємо за доцільне зауважити, що ми погоджуємося з підходом до адаптації, що розглядає адаптацію персоналу, як процес зміни поведінки індивідуума під впливом інструментів менеджменту, результатом якого є освоєння, пізнання та пристосування до умов внутрішнього середовища [2, с. 641]. Такий підхід можна назвати підходом з позиції управління процесом адаптації.

Вартим уваги є підхід всесвітньо відомого ученого, класика менеджменту М. Армстронга. Він розглядає адаптацію нового працівника як введення в підприємство і трактує його як процес привітного прийняття працівників, які прийшли на роботу на підприємство, надання їм базової

Таблиця 1

Трактування поняття «адаптація персоналу» сучасними науковцями

№ з/п	Джерело	Визначення поняття «адаптація персоналу»	Основне значення
1	О. Криворучко, Т. Водолажська [6, с. 139]	Процес взаємного пристосування працівника до внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, а також підприємства — до професійних та особистісних особливостей нового працівника.	Процес взаємного пристосування працівника і підприємства
2	В. Никифороенко [8, с. 93]	Взаємне пристосування людини і навколишнього середовища як предметно-речовинного, так і соціального. У її рамках відбувається детальне ознайомлення з колективом і новими обов'язками; засвоєння стереотипів поведінки; асиміляція — повне пристосування до середовища і, нарешті, ідентифікація — ототожнення особистих інтересів і цілей із загальними.	Взаємне пристосування людини і навколишнього середовища
3	А. Лобза, А. Бикова, Т. Рябуха [7, с. 175]	Поступовий процес пристосування співробітника до нового професійного середовища та умов праці, результатом якого є повна асиміляція та розкриття потенціалу задля досягнення цілей підприємства.	Процес пристосування співробітника до нового професійного середовища
4	Г. Обруч [9, с. 115]	Процес пристосування працівника до нових умов ведення трудової діяльності шляхом його знайомства зі специфікою діяльності, а також навчання, оцінювання, інформування, розвитку комунікаційних здібностей та психологічного пристосування до умов і корпоративних цінностей підприємства ...	Процес пристосування працівника до нових умов ведення трудової діяльності
5	А. Бикова, Д. Паранько [2, с. 641]	Процес зміни поведінки індивідуума під впливом інструментів менеджменту, результатом якого є освоєння, пізнання та пристосування до умов внутрішнього середовища.	Процес зміни поведінки індивідуума

Джерело: сформовано на основі [2; 6; 7; 8; 9]

інформації, що необхідна для успішної адаптації і початку роботи.

Справді, новому працівнику на початку трудової кар'єри на підприємстві важливо відчувати привітне ставлення колективу та володіння достатньою кількістю інформації, необхідної для виконання посадових обов'язків. Таким чином, буде формуватися позитивне ставлення працівника до підприємства.

Розглянемо основні цілі адаптації персоналу з погляду сучасних науковців [6, с. 139]:

- скорочення стартових витрат;
- зменшення рівня невпевненості працівника в собі;
- скорочення плінності кадрів;
- економія часу керівника і колег нового працівника.

Розглядаючи цілі адаптації, варто відзначити, що реалізація заходів для їх досягнення дасть можливість скоротити додаткові витрати підприємства на початку трудової кар'єри працівників на підприємстві.

Це підтверджується у дослідженнях науковців Гарвардської школи бізнесу, які дослідили, що новоприйнятий працівник працює менш ефективно, ніж інші працівники, що вимагає додаткових

витрат часу та коштів підприємства. На рис. 1 показано три періоди, на які можна поділити продуктивність новоприйнятого працівника.

Отже, продуктивність працівника може досягти 100% лише після дванадцяти тижнів роботи на підприємстві. Серед витрат, які несе підприємство під час адаптації нового працівника варто зупинитися на тих, що виділені Фаулером (Fowler, 1996): витрати на наймання нового працівника, що має бути прийнятий на місце звільненого; витрати на навчання, інструктування нового працівника; витрати на тимчасове заміщення, поки проводиться відбір персоналу на посаду; витрати на контроль і виправлення помилок нового працівника; різниця між цінністю працівника для підприємства і витратами на оплату праці та додаткові пільги для нього. Дані витрати, згідно досліджень ученого, можуть складати до 75% річної оплати праці, які можна зменшити, якщо організувати ефективні заходи з адаптації нового працівника [1, с. 391].

Адаптація нових працівників передбачає такі стадії: ознайомлення, пристосування, асиміляція (повне пристосування до середовища), ідентифікація (ототожнення особистих цілей з цілями підприємства) [3, с. 106]. Для забезпечення ефек-



Рис. 1. Продуктивність працівника в перші місяці роботи на підприємстві

Джерело: сформовано автором на основі [4]

тивної адаптації нових працівників керівництву підприємства необхідно вибудувати систему адаптації, до якої мають входити такі основні елементи (рис. 2).

Як зазначено на рис. 2, для ефективної адаптації нових працівників необхідно проводити організаційні заходи: розробити індивідуальну програму

адаптації, впровадити інститут наставництва, системи оцінювання та мотивування.

Розглянемо інструменти, які можуть бути застосовані для адаптації нових працівників підприємства більш детально.

I. Програма адаптації — це документ, який передбачає відповідні адаптаційні заходи на кожно-



Рис. 2. Елементи системи адаптації персоналу підприємства

Джерело: сформовано автором

му етапі процесу адаптації, терміни їх реалізації, а також відповідальних осіб за їх впровадження. До прикладу: для ознайомлення нового працівника — welcome-тренінги, екскурсії підприємством; для ефективного пристосування працівника — інструктаж на робочому місці, ознайомлення з посадовою інструкцією, наставництво; для сприяння асиміляції — коучинг, *buddying* (англ. *buddy* — друг; метод, заснований на товаришуванні колега та реалізується через підтримку у виконанні завдань, в опануванні нових навичок), *shadowing* (англ. *shadow* — тінь; супроводження новим працівником досвідченого колеги під час виконання ним роботи, результатом чого є усвідомлення цілей і завдань); для реалізації останнього етапу адаптації ідентифікації важливими будуть заходи, спрямовані на формування у працівника відчуття причетності, залученості у бізнес-процес.

II. Наставництво є інструментом адаптації персоналу, що передбачає навчання працівника безпосередньо на робочому місці шляхом передання досвідченими працівниками набутого досвіду і знань особи, що потребує професійного навчання, та формування необхідних навичок [10]. Застосування наставництва на сучасних українських підприємствах регламентується на рівні держави. Міністерство соціальної політики України у 2017 році затвердило Методичні рекомендації щодо запровадження наставництва [10], в яких передбачено такі рекомендації:

- 1) для організації наставництва необхідно розробити положення, де буде враховано специфіку виробничого процесу підприємства;
- 2) кандидатури наставників рекомендовано визначати щороку рішенням керівників підрозділів за погодженням з профспілковим органом;

- 3) наставництво рекомендовано організувати на підставі наказу (розпорядження) керівника підприємства;
- 4) наставнику протягом п'яти днів з дня прийняття працівника на роботу рекомендовано розробити індивідуальний план наставництва, який має бути затверджений керівником структурного підрозділу;
- 5) по завершенні періоду наставництва наставнику рекомендовано протягом трьох днів підготувати висновок за результатами виконання індивідуального плану та подати керівнику структурного підрозділу;
- 6) наставництво рекомендовано встановлювати на термін до шести місяців (залежно від рівня компетентності працівника, його індивідуальних здібностей до накопичення і здобуття професійного досвіду) тощо.

III. Система оцінювання в період адаптації нових працівників має передбачати різні цілі і методи оцінки, починаючи з оцінки професійної компетентності працівника на етапі прийняття на роботу і закінчуючи оцінкою результатів адаптації (рис. 3).

В даній системі оцінювання (рис. 3) ключовим елементом є цілі оцінювання під час адаптації персоналу, для реалізації яких підбираються відповідні методи оцінки. Вважаємо за доцільне для побудови системи оцінювання використовувати класифікацію цілей за Д. Мак Грегором. Для оцінювання персоналу на етапі його відбору на підприємство найдоцільніше визначити інформативну ціль, яка полягає в забезпеченні суб'єкта оцінювання необхідними даними про компетентність та індивідуальні особливості працівника, що може бути виявлено з допомогою тестування



Рис. 3. Елементи системи оцінювання під час адаптації персоналу

Джерело: сформовано автором

та проведення співбесіди. Формуючи програму адаптації працівника, яка передбачає комплекс заходів з адаптації, необхідно передбачати певні методи оцінки, які будуть забезпечувати виконання мотиваційних цілей, що орієнтує персонал на покращення діяльності в напрямку підвищення компетентності і передбачає взаємозв'язок мотиваційних заходів з результатами адаптації (підвищення продуктивності праці, задоволеність від роботи тощо). За результатами адаптації необхідно, перш за все, виконувати адміністративні цілі, що полягають у тому, що оцінювання має призвести до прийняття кадрових рішень щодо відповідності компетентності працівника, перспектив підвищення в посаді, перепідготовки, заохочення тощо.

IV. Комплексна система мотивування під час адаптації персоналу дозволить керівництву підприємства забезпечити підвищення мотивації працівника і пришвидшити динаміку його виходу на відповідний рівень продуктивності. Це зумовлено тим, що мотивація сприяє появі стійких професійних інтересів, які стимулюють працівника до оволодіння новими компетентностями, необхідними для роботи. Важливою умовою ефективної адаптації персоналу, на наш погляд, буде використання як матеріальних (бонуси за підвищення продуктивності праці та якісне виконання завдань), так і нематеріальних форм мотивації, таких як похвала, повага, визнання досягнень тощо. Мотивацій-

ні заходи дадуть можливість запобігти помилкам нових працівників, яких вони можуть припуститися та знизити коефіцієнт плинності персоналу на початку трудової діяльності на підприємстві.

Висновки та перспективи. Адаптація персоналу, як одна із підсистем управління персоналом, є необхідною умовою для формування стабільного трудового колективу, що дає можливість забезпечити високу конкурентоздатність підприємства. Адаптація нових працівників проходить чотири стадії: ознайомлення, пристосування, асиміляцію та ідентифікацію.

Для забезпечення ефективної адаптації нових працівників керівництву підприємства необхідно сформувати систему адаптації, до якої будуть входити необхідні елементи: програма адаптації, наставництво, система оцінювання, система мотивування. Завдяки системному підходу до адаптації нових працівників буде забезпечено досягнення основних цілей адаптації: скорочення витрат на залучення персоналу, зменшення рівня невпевненості працівника, підвищення продуктивності праці, скорочення плинності персоналу.

У зв'язку із тим, що кожен працівник має свої індивідуальні особливості, у подальших наших дослідженнях з адаптації персоналу вважаємо за доцільне розкрити індивідуальний підхід до адаптації працівників, що дасть можливість підвищити її ефективність.

Література

1. Армстронг М. Практика управління людськими ресурсами (перевод с англ.). МВА класика. Питер. 2004. 824 с.
2. Бикова А. Л., Паранько Д. Д. Структурні ефективної адаптації персоналу. *Young Scientist*. 2016. № 12.1 (40). С. 640–646.
3. Гарват О. А., Голянтус І. О. Основні проблеми та напрями адаптації персоналу підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Вип. 17. Ч. 1. С. 104–107.
4. Мюллер Е. Вартість найму нового співробітника. *Investopedia*. URL: <https://www.investopedia.com/financial-edge/0711/the-cost-of-hiring-a-new-employee.aspx>
5. Завадський Й. С. Економічний словник; за редакцією Й. С. Завадського, Т. В. Осовської, О. О. Юшкевича. К.: Кондор. 2006. 355 с.
6. Криворучко О. М., Водолажська Т. О. Управління персоналом підприємства: навч. посібник. Х.: ХНАДУ. 2016. 200 с.
7. Лобза А. В., Бикова А. Л., Рябуха Т. В. Розробка програми адаптації для персоналу. *Молодий вчений*. 2021. № 1 (89). С. 174–178. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-36>
8. Никифорова В. Г. Управління персоналом: Навчальний посібник. 2-ге видання, виправлене та доповнене. Одеса: Атлант. 2013. 275 с.
9. Обруч Г. В. Цифрові інструменти управління адаптацією персоналу підприємств залізничного транспорту у контексті забезпечення їх збалансованого розвитку. *Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2020. № 1(112). С. 113–118. doi: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-19>

10. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо запровадження наставництва. Наказ Міністерства соціальної політики України від 11.10.2017 № 1611. Відомості Верховної Ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1611739-17#Text>

References

1. Armstrong M. (2004). The practice of human resource management (translated from English). MBA classic. Peter. 824 p.
2. Bykova A.L., Paranko D.D. (2016). Skladovi efektyvnoyi adaptatsiyi personalu. Molodyy vchenyy. No. 12.1 (40). pp. 640–646.
3. Harvat O.A., Golyantus I.O. (2016). Osnovni problemy ta napryamy adaptatsiyi personalu pidpryyemstv. Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnogo universytetu. Issue 17. Part 1. pp. 104–107.
4. Muller A. Vartist' naymu novoho spivrobitnyka. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/financial-edge/0711/the-cost-of-hiring-a-new-employee.aspx>
5. Zavadskiy Y.S. (2006). Ekonomichnyy slovnyk; za redaktsiyeyu Y.S. Zavads'koho, T.V. Osovs'koyi, O.O. Yushkevycha. K.: Kondor. p. 355.
6. Kryvoruchko O.M., Vodolajska T.O. (2016). Upravlinnya personalom pidpryyemstva: navch. posibnyk. Kharkiv: XNADU. p. 200.
7. Lobza A.V., Bykova A.L., Ryabukha T.V. (2021). Rozrobka prohramy adaptatsiyi dlya personalu. «Molodyy vchenyy». No. 1 (89). pp. 174–178. doi: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2021-1-89-36>
8. Nikyforenko V.G. (2013). Upravlinnya personalom: navchal'nyy posibnyk. Odesa: Atlant. p. 275
9. Obruch G.V. (2020). Tsyfrovі instrumenty upravlinnya adaptatsiyeyu personalu pidpryyemstv zaliznychnoho transportu u konteksti zabezpechennya yikh zbalansovanoho rozvytku. Derzhava i rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpryyemnytstvo. No. 1(112). P. 113–118. doi: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2020-1-19>
10. Pro zatverdzhennya Metodychnykh rekomendatsiy shchodo zaprovadzhennya nastavnytstva. Nakaz Ministerstva sotsial'noyi polityky Ukrayiny vid 11.10.2017 № 1611. Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1611739-17#Ttxt>

Павленчик Наталія Федорівна

доктор економічних наук, професор

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

Pavlenchuk Nataliia

D. Sc. (Economics), Professor

Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Boberskyj

ORCID: 0000-0001-6164-5644

Павловські Гжегож

кандидат економічних наук

Zaklad Handlowo-Uslugowy BHP, Польща

Pawlowski Grzegorz

PhD in Economics

Zaklad Handlowo-Uslugowy BHP, Poland

ORCID: 0000-0002-7733-0732

Мисюк Ірина Володимирівна

аспірант

Львівського національного університету імені Івана Франка

Mysiuk Iryna

Postgraduate Student of the

Ivan Franko National University of Lviv

ORCID: 0000-0002-3641-4518

Тиркало Юрій Євгенійович

аспірант

Національного університету «Львівська політехніка»

Tyrkalo Yuriy

Postgraduate Student of the

Lviv Polytechnic National University

ORCID: 0000-0003-2535-4238

Куриліна Оксана Василівна

кандидат економічних наук, доцент

Національний університет оборони України імені Івана Черняхівського

Kurilina Oksana

PhD in Economics, Associate Professor

National Defence University of Ukraine named after Ivan Cherniakhovskiyi

ORCID: 0000-0002-8813-4243

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8520

**МОДЕЛІ ТА МЕТОДИ ПРИЙНЯТТЯ
УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У МЕНЕДЖМЕНТІ**

**MODELS AND METHODS OF MAKING
MANAGERIAL DECISIONS IN MANAGEMENT**

Анотація. Діяльність і розвиток будь-якого підприємства безпосередньо пов'язане з умовами, а також з розробкою, прийняттям і реалізацією управлінських рішень (або бізнес-рішень), спрямованих на розв'язання певної проблеми управління. Визначено, що сьогодні актуальним питанням є дослідження умов, а також методів прийняття раціональних рішень у менеджменті, включаючи оптимізацію бізнес-рішень. З огляду на це, у статті за результатами дослідження представлено моделі і методи прийняття управлінських рішень у менеджменті. Зазначено, що під управлінським рішенням в умовах ризику і/або невизначеності слід розуміти вибір найбільш ефективного варіанту бізнес-рішення із можливих альтернатив в умовах ризику і/або невизначеності, а основною метою управлінського рішення є досягнення цілей підприємства. Водночас з'ясовано, що в умовах повної невизначеності важливим є критерії прийняття бізнес-рішень, зокрема критерій, пов'язаного з результатом і витратами ресурсів й часу, понесених для отримання цього результату. Зроблено висновок про те, що раціональні управлінські рішення у менеджменті визначаються в процесі оптимізації. Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі визначення оптимального розподілу ресурсів в умовах невизначеності і ризику з урахуванням моделей і методів прийняття бізнес-рішень у менеджменті з метою розвитку підприємства, з огляду на результат, процес, стабільність, якість і ефективне управління.

Ключові слова: підприємство, управлінські рішення, розвиток підприємства, бізнес-стратегія, невизначеність, ризику, оптимізація, результат.

Summary. The activity and development of any enterprise is directly related to the conditions, as well as to the development, adoption and implementation of management decisions (or business decisions) aimed at solving a certain management problem. It was determined that the research of conditions and methods of making rational decisions in management, including the optimization of business decisions, is a relevant issue today. With this in mind, in the article presents the models and methods of making managerial decisions in management based on the research results. It is noted that the management decision under conditions of risk and/or uncertainty should be understood as the choice of the most effective business solution option from possible alternatives under conditions of risk and/or uncertainty, and the main goal of the management decision is to achievement of enterprise goals. At the same time, it was found that in conditions of complete uncertainty, the criteria for making business decisions are important, in particular, the criterion related to the result and the costs of resources and time incurred to obtain this result. It was concluded that rational managerial decisions in management are determined in the process of optimization. It is advisable to carry out further research in the direction of determining the optimal allocation of resources in conditions of uncertainty and risk, taking into account the models and methods of making business decisions in management for the purpose of enterprise development, taking into account the result, process, stability, quality and effective management.

Key words: enterprise, management decisions, enterprise development, business strategy, uncertainty, risks, optimization, result.

Постановка проблеми. Діяльність і розвиток будь-якого підприємства безпосередньо пов'язане з умовами, а також з розробкою, прийняттям і реалізацією управлінських рішень (або бізнес-рішень), спрямованих на розв'язання певної проблеми управління. Поряд з тим відомо, що основною метою управлінського рішення є досягнення цілей підприємства [1–18].

Водночас сучасна теорія і практика бізнесу доводить, що актуальною проблемою, враховуючи думку керівників підприємств, є моделювання і оптимізація управлінських рішень в умовах швидких змін. Першим кроком до розв'язання цієї проблеми є дослідження умов та методів прийняття раціональних рішень у менеджменті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За результатами дослідження літератури і інформації в Інтернеті, зокрема [1–24], з'ясовано, що деякі теоретичні і практичні аспекти у цьому напрямі розглянуто у працях таких вчених та практиків, як С. Юхимчук, А. Азарова [1], О. Кузьмін [2],

Р. М. Скриньковський [3–5], О. Мельник [10], J. Adams, L. Juleff [19], R. Artiukh, V. Kosenko, I. Nevliudov [20], J. Bridge, J. C. Dodds [21], V. M. Papadakis, S. Lioukas, D. Chambers [22], H. A. Simon [23], A. Zhigir [24] та інші.

Поряд з тим, виходячи з аналізу понять «бізнес-стратегія», «розвиток підприємства», «управлінські рішення» і «оптимізація управлінських рішень», з'ясовано, що моделі та методи прийняття управлінських рішень потребують додаткового дослідження, зокрема — в контексті прийняття бізнес-рішень в умовах ризику і/або невизначеності.

Мета статті. Метою статті є представити моделі і методи прийняття раціональних управлінських бізнес-рішень у менеджменті.

Виклад основного матеріалу дослідження. Так, враховуючи результати досліджень [1–8], розглянемо прийняття управлінських рішень, спрямованих на реалізацію цілей управління і розвиток підприємства, в умовах ризику. Ця економіко-математична задача, виходячи з дослідження

Таблиця 1

Матриця моделі задачі прийняття управлінських рішень з урахуванням ризику

x_i / z_j	z_1	z_2	z_3	...	z_k	...	z_n
x_1	u_{11}	u_{12}	u_{13}	...	u_{1k}	...	u_{1n}
x_2	u_{21}	u_{22}	u_{23}	...	u_{2k}	...	u_{2n}
x_3	u_{31}	u_{32}	u_{33}	...	u_{3k}	...	u_{3n}
...
x_j	u_{j1}	u_{j2}	u_{j3}	...	u_{jk}	...	u_{jn}
...
x_m	u_{m1}	u_{m2}	u_{m3}	...	u_{mk}	...	u_{mn}

операцій [9] і економічної діагностики підприємства [10; 11], виникає в тому випадку, коли з кожною бізнес-стратегією (x_i), що приймається керівниками підприємства, пов'язана ціла множина можливих результатів:

$\{z_1, z_2, z_3, \dots, z_n\}$ з відомими ймовірностями $P(z_j/x_i)$.

Модель (або матрицю моделі) цієї економіко-математичної задачі, можна і рекомендується представити у вигляді табл. 1, аналогічно як у праці [1].

Тут (в табл. 1): значення u (або u_{ij}) — відповідна корисність можливих результатів (z_j) з урахуванням ризику, з огляду на процес, стабільність, якість і ефективне управління [3; 4], при використанні певної бізнес-стратегії (x_i).

Нехай задані умовні ймовірності $P(z_j/x_i)$, $j = \overline{1, n}$, $i = \overline{1, m}$. При цьому вводять очікувану корисність конкретного результату для кожної бізнес-стратегії — формула (1) [1]:

$$R\{u(x_i)\} = \sum_{j=1}^n u_{ij}P(z_j/x_i), \quad i = \overline{1, m}. \quad (1)$$

При такій постановці задачі, враховуючи інформацію у працях [1; 2; 9], вирішальне правило (англ. *decision rule*) для визначення оптимальної бізнес-стратегії рекомендується записати так — формула (2) [1; 9]:

$$R\{u(x_i)\} = \max_{x_k} R\{u(x_k)\}. \quad (2)$$

Розглянемо прийняття управлінського бізнес-рішення, враховуючи результати досліджень [1; 12], в умовах нестабільності, складності і неоднозначності. Тут досить важливе значення має наявний стан і вплив зовнішнього середовища підприємства (економічні, ринкові, науково-технічні, політичні, природні, демографічні та інші фактори прямої і непрямої дії [2–4; 10; 11]), яке може знаходитися в одному із скінченного числа станів C_1, C_2, \dots, C_k , які відомі керівнику (менеджеру) підприємства.

З огляду на це, враховуючи наявну інформацію у працях [1–12], сформулюємо економіко-

математичну модель прийняття управлінського бізнес-рішення в умовах невизначеності, виходячи з того, що є деяка матриця U розмірністю $m \times n$, поданої у табл. 1. Тут структурний елемент поданої матриці $U(u_{ij})$ можна і рекомендується розглядати як корисність результату (z_j) при використанні певної бізнес-стратегії (x_i) — формула (3), виходячи з інформації [1; 13]:

$$u_{ij} = U(z_j, x_i), \quad j = \overline{1, n}, \quad i = \overline{1, m}. \quad (3)$$

В залежності від стану зовнішнього середовища підприємства результат (z_j), з огляду на процес, стабільність, якість і ефективне управління [3; 4], досягається з ймовірністю $P(z_j/x_i, C_k)$. Поряд з тим, розподіл ймовірностей $P(C_k)$ для керівника (менеджера) підприємства, який приймає управлінське рішення, є невідомим. А відносно стану, впливу і розвитку зовнішнього середовища підприємства керівник (менеджер), який приймає управлінське рішення, може висловлювати певні припущення (гіпотези) на основі ряду спостережень. Ці припущення про ймовірнісний стан, вплив і розвиток зовнішнього середовища підприємства називають суб'єктивними ймовірностями $P(C_k)$, $k = 1, 2, 3, \dots, K$.

Якщо б значення $P(C_k)$ було б відомим для керівника (менеджера) підприємства, який приймає управлінське рішення, то це була б задача прийняття управлінських бізнес-рішень в умовах ризику. В цьому випадку вирішальне правило для x_i визначається співвідношенням (4), аналогічно як у працях [1; 13]:

$$\max \sum_{j=1}^n \sum_{k=1}^K u(z_j, x_i) P(z_j/x_i, C_k) P(C_k). \quad (4)$$

Тут (у формулі (4)): оскільки стан, вплив і розвиток зовнішнього середовища підприємства є невідомим, то невідомим також є розподіл ймовірностей $\{P(C_k)\}$, $k = \overline{1, K}$. Як вказувалось вище, важливими питаннями тут є вибір оптимальної бізнес-стратегії, а також прийняття ефективних

і результативних управлінських бізнес-рішень у менеджменті. Тому при цьому, доцільно також використовувати критерії прийняття бізнес-рішень в умовах повної невизначеності, а саме [14; 15]: критерій оптимізму (критерій Севіджа, правило мінімакс), критерій песимізму (критерій Вальда, найбільшої обережності), критерій песимізму-оптимізму (критерій Гурвіца), критерій Байєса-Лапласа, критерій Лапласа та критерій Ходжа-Лемана, а також критерій, пов'язаного з результатом і витратами ресурсів й часу, понесених для отримання цього результату. В цьому випадку вирішальним правилом є не уникати ризику, а передбачити їх, і намагатись знизити ці ризику до найбільш прийняттого рівня з метою отримання гарантованого і бажаного результату.

В контексті цього доцільно також зазначити, що раціональні управлінські рішення визначаються в процесі оптимізації. У загальному вигляді функцію оптимізації бізнес-рішень рекомендується представити за допомогою формули (5):

$$s = f(r_1, r_2, r_3, \dots, r_n). \quad (5)$$

Тут s — параметр, за яким проводиться відповідна оптимізація в умовах ризику і/або невизначеності;

$r_1, r_2, r_3, \dots, r_n$ — варіанти бізнес-рішень (альтернативи) в умовах ризику і/або невизначеності [2; 4; 9; 10].

Параметр s може виступати у вигляді прибутку, обсягів певних робіт тощо, а варіанти бізнес-рішень $r_1, r_2, r_3, \dots, r_n$ визначаються ресурсами (трудовими, матеріальними, фінансовими і т.д. [16–18]), часом тощо.

Висновки і перспективи подальших досліджень. За результатами проведеного дослідження, враховуючи деякі ідеї і положення у працях [1–24], на основі співвідношень (1)–(5) представлено моделі і методи прийняття бізнес-рішень у менеджменті. Під управлінським рішенням в умовах ризику і/або невизначеності слід розуміти вибір найбільш ефективного варіанту бізнес-рішення із можливих альтернатив в умовах ризику і/або невизначеності. Тут важливими є критерії прийняття бізнес-рішень в умовах повної невизначеності, зокрема критерій, пов'язаного з результатом і витратами ресурсів й часу, понесених для отримання цього результату. Раціональні управлінські рішення у менеджменті визначаються в процесі оптимізації.

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі визначення оптимального розподілу ресурсів в умовах невизначеності і ризику з урахуванням моделей і методів прийняття бізнес-рішень у менеджменті з метою розвитку підприємства, з огляду на результат, процес, стабільність, якість і ефективне управління.

Література

1. Юхимчук С.В., Азарова А.О. Математичні моделі ризику для систем підтримки прийняття рішень: монографія / Вінницький державний технічний університет. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2003. 188 с.
2. Кузьмін О.Є. Сучасний менеджмент. Львів: «Центр Європи», 1995. 176 с.
3. Skrynkovsky R. M., Sopilnyk L. I., Tsyuh S. I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // Business Inform. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
4. Skrynkovsky R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevsky I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>
5. Skrynkovsky R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // Path of Science. 2021. Vol. 7(12). P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>
6. Скриньковський Р.М., Павловські Г., Воробйов В.В. Діагностика відповідності конкурентної стратегії підприємства стану зовнішнього середовища // Бізнес Інформ. 2016. № 10. С. 371–376.
7. Скриньковський Р.М., Ключак О.В. Діагностика рівня готовності підприємства до здійснення інноваційної стратегії // Бізнес Інформ. 2016. № 7. С. 96–101.
8. Скриньковський Р.М. Діагностика стратегічного протистояння підприємств-конкурентів // Бізнес Інформ. 2016. № 5. С. 196–201.
9. Карагодова О.О., Кігель В.Р., Рожок В.Д. Дослідження операцій. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 256 с.

10. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 344 с.
11. Павловські Г. Розвиток системи управлінської діагностики підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2017. 20 с.
12. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // *Studies of Applied Economics*. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
13. Зайченко Ю.П. Исследование операций. 3-е изд., перераб. и доп. Киев: Выща шк. Головное изд-во, 1988. 552 с.
14. Прийняття рішень в умовах повної невизначеності. URL: <https://dss.tg.ck.ua/decision-uncertainty-help> (дата доступу: 02.01.2023).
15. Балджи М.Д., Карпов В.А., Ковальов А.І., Костусев О.О., Котова І.М., Сментина Н.В. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків. Одеса: ОНЕУ, 2013. 670 с.
16. Скриньковський Р.М. Діагностика використання трудових, матеріальних, фінансових та енергетичних ресурсів підприємства як інструмент управління елементами його виробничо-господарської діяльності // *Проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 249–254.
17. Скриньковський Р.М. Діагностика техніко-технологічної бази, організаційного рівня і ресурсо- та енергозбереження підприємства в контексті економії витрат, бездефектності та ритмічності виробництва // *Бізнес Інформ*. 2015. № 5. С. 178–184.
18. Serniak I., Serniak O., Mykhailyshyn L., Skrynkovskyy R., Kasian S. Evaluation of the level of the usage of social instruments for human resource management: example of agro-processing enterprises of Ukraine // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2021. № 7(4). P. 82–99. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.04.05>
19. Adams J., Juleff L. Managerial decisions and the firm's competitive strategy // *Managerial Economics for Decision Making*. 2013. P. 224–237. doi: https://doi.org/10.1007/978-0-230-21432-3_9
20. Artiukh R., Kosenko V., Nevliudov I. Models and methods for making decisions on planning the development of a production enterprise. 2022. doi: <https://doi.org/10.30837/978-9984-891-19-4>
21. Bridge J., Dodds J.C. The Firm and Managerial Decisions // *Managerial Decision Making*. 2018. P. 1–23. doi: <https://doi.org/10.4324/9781351200479-1>
22. Papadakis V.M., Lioukas S., Chambers D. Strategic decision-making processes: the role of management and context // *Strategic Management Journal*. 1998. № 19(2). P. 115–147. doi: [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-0266\(199802\)19:2<115::aid-smj941>3.0.co;2-5](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-0266(199802)19:2<115::aid-smj941>3.0.co;2-5)
23. Simon H.A. The new science of management decision. 1960. doi: <https://doi.org/10.1037/13978-000>
24. Zhigir A. Making Decisions in Planning and Risk Management System of Enterprise in Project Management // *SHS Web of Conferences*. 2021. Vol. 110. Article № 04016. doi: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202111004016>

References

1. Yukhymchuk S.V., Azarova A.O. Matematychni modeli ryzyku dlia system pidtrymky pryiniattia rishen: monohrafiia / Vinnytskyi derzhavnyi tekhnichniy universytet. Vinnytsia: UNIVERSUM–Vinnytsia, 2003. 188 s.
2. Kuzmin O.Y. Suchasnyi menedzhment. Lviv: «Tsentr Yevropy», 1995. 176 s.
3. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform*. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>
4. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>
5. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // *Path of Science*. 2021. Vol. 7(12). P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>
6. Skrynkovskyy R.M., Pawlowski G., Vorobiov V.V. Diahnostyka vidpovidnosti konkurentnoi stratehii pidpriemstva stanu zovnishnoho seredovyshcha // *Biznes Inform*. 2016. № 10. S. 371–376.
7. Skrynkovskyy R.M., Kliuvak O.V. Diahnostyka rivnia hotovnosti pidpriemstva do zdiisnennia innovatsiinoi stratehii // *Biznes Inform*. 2016. № 7. S. 96–101.
8. Skrynkovskyy R.M. Diahnostyka stratehichnoho protystoiannia pidpriemstv-konkurentiv // *Biznes Inform*. 2016. № 5. S. 196–201.

9. Karahodova O.O., Kihel V.R., Rozhok V.D. *Doslidzhennia operatsii*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2007. 256 s.
10. Melnyk O.H. *Systemy diahnostryky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna kontsepsiia ta instrumentarii: monohrafiia*. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2010. 344 s.
11. Pawlowski G. *Rozvytok systemy upravlinskoj diahnostryky pidpriemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Lvivskiy universytet biznesu ta prava*. Lviv, 2017. 20 s.
12. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. *Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // Studies of Applied Economics*. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
13. Zaychenko Y.P. *Issledovanie operatsiy*. 3-e izd., pererab. i dop. Kiev: Vyshcha shk. Golovnoe izd-vo, 1988. 552 s.
14. *Pryiniattia rishen v umovakh povnoi nevyznachenosti*. URL: <https://dss.tg.ck.ua/decision-uncertainty-help> (data dostupu: 02.01.2023).
15. Baldzhy M.D., Karpov V.A., Kovalov A.I., Kostusiev O.O., Kotova I.M., Smentyna N.V. *Obgruntuvannia hospodarskykh rishen ta otsinka ryzykiv*. Odesa: ONEU, 2013. 670 s.
16. Skrynkovskyy R.M. *Diahnostryka vykorystannia trudovykh, materialnykh, finansovykh ta enerhetychnykh resursiv pidpriemstva yak instrument upravlinnia elementamy yoho vyrobnycho-hospodarskoj diialnosti // Problemy ekonomiky*. 2015. № 1. S. 249–254.
17. Skrynkovskyy R.M. *Diahnostryka tekhniko-tekhnolohichnoi bazy, orhanizatsiinoho rivnia i resurso- ta enerhoberezhennia pidpriemstva v konteksti ekonomii vytrat, bezdefektnosti ta rytmichnosti vyrobnytstva // Biznes Inform*. 2015. № 5. S. 178–184.
18. Serniak I., Serniak O., Mykhailyshyn L., Skrynkovskyy R., Kasian S. *Evaluation of the level of the usage of social instruments for human resource management: example of agro-processing enterprises of Ukraine // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2021. № 7(4). P. 82–99. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.04.05>
19. Adams J., Juleff L. *Managerial decisions and the firm's competitive strategy // Managerial Economics for Decision Making*. 2013. P. 224–237. doi: https://doi.org/10.1007/978-0-230-21432-3_9
20. Artiukh R., Kosenko V., Nevliudov I. *Models and methods for making decisions on planning the development of a production enterprise*. 2022. doi: <https://doi.org/10.30837/978-9984-891-19-4>
21. Bridge J., Dodds J.C. *The Firm and Managerial Decisions // Managerial Decision Making*. 2018. P. 1–23. doi: <https://doi.org/10.4324/9781351200479-1>
22. Papadakis V.M., Lioukas S., Chambers D. *Strategic decision-making processes: the role of management and context // Strategic Management Journal*. 1998. № 19(2). P. 115–147. doi: [https://doi.org/10.1002/\(sici\)1097-0266\(199802\)19:2<115::aid-smj941>3.0.co;2-5](https://doi.org/10.1002/(sici)1097-0266(199802)19:2<115::aid-smj941>3.0.co;2-5)
23. Simon H.A. *The new science of management decision*. 1960. doi: <https://doi.org/10.1037/13978-000>
24. Zhigir A. *Making Decisions in Planning and Risk Management System of Enterprise in Project Management // SHS Web of Conferences*. 2021. Vol. 110. Article № 04016. doi: <https://doi.org/10.1051/shsconf/202111004016>

Погребняк Андрій Тарасович*аспірант**Львівського університету бізнесу та права***Pohrebniak Andrii***Postgraduate Student of the**Lviv University of Business and Law*

ORCID: 0000-0002-8270-0793

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8511

ОПТИМІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС-СТРУКТУРИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ І РИЗИКУ

OPTIMIZATION MODEL OF THE DEVELOPMENT OF PRODUCTION ACTIVITY OF THE BUSINESS STRUCTURE UNDER CONDITIONS OF UNCERTAINTY AND RISK

Анотація. У статті за результатами дослідження розроблено і представлено нову оптимізаційну модель розвитку виробничої діяльності бізнес-структури в умовах невизначеності та ризику. Для моделювання прибутку бізнес-структури та рівня рентабельності продукції в умовах невизначеності і ризику використано двокритеріальний підхід. Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що для моделювання виробничої діяльності бізнес-структури вперше використано процедуру переходу від двокритеріального підходу до оптимізаційної адитивної функції компромісу. Водночас, враховуючи результати обчислювального експерименту, встановлено, що відповідний перехід дозволяє зменшити похибки (непевності) параметрів моделі і підвищити стабільність інноваційного проекту. Зазначено, що під виробничою діяльністю бізнес-структури слід розуміти сукупність цілеспрямованих дій його працівників із застосуванням засобів та предметів праці, необхідних для перетворення ресурсів (фінансових, економічних, матеріальних, природних, сировинних, трудових (людських) тощо) в готову продукцію і/або надання послуг та задоволення соціально-економічних потреб. А кінцевим результатом виробничої діяльності будь-якої бізнес-структури є одержання інтегрального ефекту (або досягнення результату), основними структурними складовими якого є такі види ефектів: економічний, соціальний, екологічний, бюджетний, ресурсний, інтелектуальний та науково-технічний ефект. Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі визначення шляхів розвитку виробничої діяльності бізнес-структури з урахуванням науково-технічного та інноваційного розвитку в умовах невизначеності і ризику.

Ключові слова: бізнес-структура, розвиток виробничої діяльності, виробництво, цілі підприємства, ресурси, прибуток, ризику.

Summary. Based on the results of the research, in the article develops and presents a new optimization model of the development of production activity of the business structure under conditions of uncertainty and risk. A two-criterion approach was used to model the profit of the business structure and the level of profitability of products under conditions of uncertainty and risk. The scientific novelty of the obtained results lies in the fact that the procedure of transition from the two-criterion approach to the optimization additive compromise function was used for the first time to model the production activity of the business structure. At the same time, taking into account the results of the computational experiment, it was established that the corresponding transition allows to reduce the errors (uncertainties) of the model parameters and increase the stability of the innovative project. It is noted that the production activity of a business structure should be understood as a set of purposeful actions of its employees with the use of means and objects of work necessary for the transformation of resources (financial, economic, material, natural, raw materials, labor (human), etc.) into finished products and/or provision of services and satisfaction of socio-economic needs. And the final result of the production activity of any business structure is obtaining

an integral effect (or achieving a result), the main structural components of which are the following types of effects: economic, social, ecological, budgetary, resource, intellectual and scientific-technical effect. It is advisable to carry out further research in the direction of determining the ways of development of the production activity of the business structure, taking into account scientific-technical and innovative development in conditions of uncertainty and risk.

Key words: business structure, development of production activity, production, enterprise goals, resources, profit, risks.

Постановка проблеми. Як відомо, під виробничою діяльністю бізнес-структури слід розуміти сукупність цілеспрямованих дій його працівників із застосуванням засобів та предметів праці, необхідних для перетворення ресурсів (фінансових, економічних, матеріальних, природних, сировинних, трудових (людських) тощо) в готову продукцію і/або надання послуг та задоволення соціально-економічних потреб. Кінцевим результатом виробничої діяльності будь-якої бізнес-структури є одержання інтегрального ефекту (або досягнення результату), основними структурними складовими якого є такі види ефектів: економічний, соціальний, екологічний, бюджетний, ресурсний, інтелектуальний та науково-технічний ефект [1–12].

Водночас встановлено, що актуальною проблемою, враховуючи думку керівників підприємств, є моделювання розвитку виробничої діяльності бізнес-структури в умовах невизначеності і ризику. Першим кроком до розв'язання цієї проблеми є розроблення оптимізаційної моделі розвитку виробничої діяльності бізнес-структури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Деякі теоретичні і практичні питання цієї проблеми розглянуто у працях таких дослідників та практиків, як Р. М. Скриньковський [1; 6–12], О. Г. Мельник [2], Й. М. Петрович, Н. С. Савоніна [5], А. Durmanov, S. Umarov [13], V. A. Varma, G. V. Reklaitis, G. E. Blau, J. F. Pekny [14], Н. Missbauer, R. Uzsoy [15], D. A. Novikov [16], V. Babenko, N. Chebanova, N. Ryzhikova, S. Rudenko, N. Birchenko [17], E. S. Palkina [18] та інші.

Поряд з тим, виходячи з понять «виробництво», «виробнича діяльність», «розвиток виробничої діяльності» і «модель розвитку виробничої діяльності бізнес-структури», з'ясовано, що завдання побудови комплексної і системної оптимізаційної моделі розвитку виробничої діяльності бізнес-структури в умовах невизначеності і ризику не вирішено.

Мета статті. Метою статті є розробити оптимізаційну модель розвитку виробничої діяльності бізнес-структури в умовах невизначеності і ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. У цьому контексті використовуємо параметр $G_S(V_M, V_N)$, який характеризує запас міцності, врахову-

ючи баланс, значення і обмеження доходів від реалізації продукції V_M та загальні витрати V_N , бізнес-структури в умовах протистояння конкурентам:

$$\begin{aligned} \max | G_S | < G_{Sm}; \\ \Psi(G_S, V_M, V_N) = G_S - \lambda_1 \times V_M - \\ - \lambda_2 \times \delta_M + \lambda_3 \times V_N \Rightarrow \min \end{aligned} \quad (1)$$

Тут $G_S(V_M, V_N)$ — прибуток бізнес-структури, отриманий від виробництва та реалізації продукції; G_{Sm} — граничне значення параметра (прибутку), яке встановлюють керівники бізнес-структури; δ_M — середнє квадратичне відхилення доходів бізнес-структури для інтервалу часу в один рік, яке пов'язано з відповідними ризиками (ризиками та відхиленням (непевністю) визначаємо за допомогою співвідношень теорії ймовірності і математичної статистики); $\lambda_1, \lambda_2, \lambda_3$ — коефіцієнти вагомості, які встановлюємо на основі експертного методу; $\Psi(G_S, V_M, V_N)$ — непевність (або похибка) оцінювання відхилень прибутку.

Розглянемо умову оптимізації рівня рентабельності продукції бізнес-структури у вигляді відношення прибутку G_S до собівартості C_S :

$$G_S / C_S \Rightarrow \max, \quad G_S = \sum_{k=1}^{ns} \xi_k \eta_k; \quad C_S = \sum_{k=1}^{ns} \zeta_k \eta_k, \quad (2)$$

де ξ_k — прибуток від реалізації одиниці k -го типу продукції ($k=1, 2, 3, \dots, ns$); η_k — кількість виготовленої продукції певного типу; ζ_k — витрати на виробництво одиниці k -го типу продукції; C_S — загальні витрати на виробництво продукції.

Обмеження на використання ресурсів мають вигляд:

$$\sum_{k=1}^{ns} \varphi_{kj} \eta_k \leq \omega_j, \quad \eta_k \geq 0, \quad (3)$$

де $j = 1, 2, 3, \dots, nz$; запас ресурсу W_j становить ω_j ; матриця $M = \{\varphi_{kj}\}$ — матриця обмежень, або технологічна матриця.

Задача типу (2), (3) є дробово-лінійною і досить складною в контексті розв'язання. Для встановлення результату можна звести задачу дробово-лінійну (2), (3) до задачі лінійного програмування. Для цього зробимо перехід до нових змінних з урахуванням z_p :

$$z_j = z_p \eta_j, \quad z_p = 1 / \sum_{k=1}^{ns} \zeta_k \eta_k. \quad (4)$$

З урахуванням нових змінних отримуємо для задачі лінійного програмування (2), (3) відповідні співвідношення:

$$\Omega = \sum_{k=1}^{ns} \zeta_k z_k \Rightarrow \max,$$

$$\sum_{k=1}^{ns} \varphi_{kj} z_k - \omega_j z_p = 0, \quad j = 1, 2, 3, \dots, nz, \quad (5)$$

$$\sum_{k=1}^{ns} \zeta_k z_k = 1, \quad z_p \geq 0, \quad z_k \geq 0, \quad k = 1, 2, 3, \dots, ns, \quad (6)$$

де ζ_k — параметр переходу, який визначаємо за умови порівняння другого співвідношення із (5) і першого із (6).

У ході наступного етапу пропонуємо оптимізаційну адитивну функцію компромісу:

$$\Psi(G_S, V_M, V_N) + \beta \times \Omega \Rightarrow opt. \quad (7)$$

Тут β — коефіцієнт вагомості, який керівники бізнес-структури визначають і оцінюють експертним методом.

Оптимальний варіант розв'язування задачі (1) може бути реалізований з допомогою підходу стохастичного програмування, а критерієм визначення достовірного значення параметра δ_M (1) для відповідного розв'язку задачі буде мінімізація ризику R_Z під час оцінювання прибутку $G_S(V_M, V_N)$, враховуючи результати досліджень у працях [1; 9; 11; 19–21].

Показником оцінювання ризику R_Z для задачі (1) вибираємо коефіцієнт сподіваних збитків K_{EL} :

$$K_{EL} = L_N / (L_F + L_N), \quad (8)$$

де L_F, L_N — сподівані величини сприятливих (F) та несприятливих (N) відхилень, які мають відношення до запланованого (оптимального) значення прибутку G_{SZ} бізнес-структури ($G_S(V_M, V_N) \Rightarrow G_{SZ}$).

Для оцінювання ризику використовуємо індикатори сприятливих I_{SW} та несприятливих I_{NW} відхилень.

Складові виразу (8) представимо з допомогою ймовірнісного підходу:

$$L_N = \sum_{\theta=1}^{n\theta} G_{S\theta} p_\theta I_{NW} / \sum_{\theta=1}^{n\theta} p_\theta I_{NW} - G_{SZ},$$

$$L_F = \sum_{\theta=1}^{n\theta} G_{S\theta} p_\theta I_{SW} / \sum_{\theta=1}^{n\theta} p_\theta I_{SW} - G_{SZ}, \quad (9)$$

де p_θ — ймовірність небажаних наслідків (втрат прибутку); θ — символ індексів ($\theta = 1, 2, 3, \dots, n\theta$).

Задачу (5), (6) розв'язуємо з допомогою симплекс-методу.

В загальному випадку маємо 3-и оптимізаційні критерії (1), (5), (8).

Для такого типу багатокритеріальної задачі ($q = 1, 2, 3$) застосуємо підхід (або правило) Парето [22–24].

Комплексну оцінку Парето-оптимального вектора P , який символізує 3-и критерії інноваційного проекту, представимо у вигляді добутку:

$$P = \prod_{q=1}^{nk} P_q, \quad (10)$$

де $nk = 3$ — загальне число використовуваних критеріїв ($q = 1, 2, 3$).

Оцінки векторів P_S представимо у вигляді:

$$P_q = \frac{G_{Sq} - Q_q}{D_q} \times \frac{N_q}{20}. \quad (11)$$

Тут G_{Sq} — локальне значення q -го вектора; Q_q — межа, тобто некоретне значення прибутку для q -го критерію; D_q — ширина діапазону коректних значень прибутку для q -го критерію; N_q — кількість Парето-оптимальних векторів, які відповідають q -му критерію.

Оскільки 1-й критерій (1) підлягає мінімізації, то для нього:

$$P_1 = \left(1 - \frac{|G_{S1} - Q_1|}{D_1} \right) \times \frac{N_1}{20}. \quad (12)$$

Оскільки 2-й критерій (5), (6) підлягає максимізації, то для нього:

$$P_2 = \frac{Q_2 - G_{S2}}{D_2} \times \frac{N_2}{20}. \quad (13)$$

Для 3-го критерію використовуємо співвідношення, які аналогічні (12) і (13) з урахуванням верхньої Q_{3max} та нижньої Q_{3min} границь, тобто:

$$P_{3a} = \left(1 - \frac{|G_{S3} - Q_{3min}|}{D_3} \right) \times \frac{N_3}{20},$$

$$P_{3b} = \frac{Q_{3max} - G_{S3}}{D_3} \times \frac{N_3}{20}. \quad (14)$$

У процесі порівняння, уточнення варіантів (12)–(14) використовуємо поправки, зокрема — до поправок приводить врахування коефіцієнта дисконтування $1/(1+E)$, тобто:

$$\Delta V_M = \sum_{q=1}^3 V_{Mq} / (1 + E), \quad (15)$$

де E — норма ефективності інвестицій (ставка дисконтування); ΔV_M — поправки вартості доходів від реалізації продукції.

Врахуємо, що параметр E залежить від рівня інфляції I_R та ризику R_Z :

$$E = E_0 + R_Z + R_B = \\ = E_0 + R_Z + (R_{CB} - I_R) / (100 - I_R), \quad (16)$$

Тут R_{CB} — ставка рефінансування банку; E_0 — початкове значення ставки рефінансування без урахування поправок.

В результаті маємо множину параметрів інноваційного проекту M_P щодо оцінювання параметрів співвідношень (1)–(16):

$$M_P = M_P(G_S, V_M, V_N, \dots, E, R_Z, R_{CB}, I_R). \quad (17)$$

Розрахуємо для кожного параметра множини (17) коефіцієнти K_{SPj} впливу на стабільність інноваційного проекту ($j = 1, 2, 3, \dots$) і виділимо найбільш значущі параметри з них.

$$K_{SPG} = \delta G_S / 10, \quad K_{SPVM} = \delta V_M / 10, \\ K_{SPVN} = \delta V_N / 10, \dots, \dots, K_{SPDq} = \delta D_q / 10, \\ K_{SPQq} = \delta Q_q / 10, \quad K_{SPRZ} = \delta R_Z / 10. \quad (18)$$

Тут $\delta G_S, \delta V_M, \delta V_N, \dots, \delta R_Z$ — відносні зміни параметрів для технологічного процесу функціонування бізнес-структури у заданому часовому проміжку за відсутності зовнішнього впливу (тренду).

Висновки і перспективи подальших досліджень. За результатами проведеного досліджен-

ня, враховуючи деякі ідеї і положення у працях [1–24], на основі співвідношень (1)–(18) та відповідних обмежень на ризики, прибуток і ресурси розроблено нову оптимізаційну модель розвитку виробничої діяльності бізнес-структури в умовах невизначеності та ризику. Для моделювання прибутку бізнес-структури та рівня рентабельності продукції в умовах невизначеності і ризику використано двокритеріальний підхід.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що для моделювання виробничої діяльності бізнес-структури вперше використано процедуру переходу від двокритеріального підходу до оптимізаційної адитивної функції компромісу. Водночас, враховуючи результати обчислювального експерименту, встановлено, що відповідний перехід дозволяє зменшити похибки (непевності) параметрів моделі і підвищити стабільність інноваційного проекту.

Подальші дослідження доцільно проводити в напрямі визначення шляхів розвитку виробничої діяльності бізнес-структури з урахуванням науково-технічного та інноваційного розвитку в умовах невизначеності і ризику.

Література

1. Skrynkovsky R., Pavlenchuk N., Horbonos F., Protsiuk T. Improvement of the express diagnostics of the production activity of the enterprise taking into account the method of determining the optimal production programs in the operational management system // *Technology Audit and Production Reserves*. 2018. Vol. 6 No. 4(44). P. 4–10. doi: <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2018.147968>
2. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 344 с.
3. Скриньковський Р.М. Діагностика використання трудових, матеріальних, фінансових та енергетичних ресурсів підприємства як інструмент управління елементами його виробничо-господарської діяльності // *Проблеми економіки*. 2015. № 1. С. 249–254.
4. Павловські Г. Розвиток системи управлінської діагностики підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Львівський університет бізнесу та права. Львів, 2017. 20 с.
5. Петрович Й.М., Савоніна Н.С. Інноваційні засади модернізації організування виробничої діяльності промислових підприємств // *Економіка: реалії часу*. 2018. № 2 (36). С. 5–16. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2018/No2/5.pdf> (дата доступу: 02.01.2023).
6. Скриньковський Р.М. Діагностика техніко-технологічної бази, організаційного рівня і ресурсо- та енергозбереження підприємства в контексті економії витрат, бездефектності та ритмічності виробництва // *Бізнес Інформ*. 2015. № 5. С. 178–184.
7. Скриньковський Р.М. Діагностика фінансового, виробничого, трудового, соціально-економічного та інноваційно-інвестиційного потенціалів і аналіз потенційних ризиків підприємства в умовах невизначеності // *Проблеми економіки*. 2015. № 2. С. 186–193.
8. Скриньковський Р.М. Система діагностики виробничої діяльності підприємства з урахуванням науково-технічного та інноваційного розвитку // *Економіка та держава*. 2015. № 5. С. 51–53.
9. Skrynkovsky R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform*. 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>

10. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://doi.org/10.22094/joie.2020.677836>
11. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>
12. Sumets A., Kniaz S., Heorhiadi N., Skrynkovskyy R., Matsuk V. Methodological toolkit for assessing the level of stability of agricultural enterprises // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2022. № 8(1) P. 235–255. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.01.12>
13. Durmanov A., Umarov S. Economic-mathematical modeling of optimization production of agricultural production // *Asia Pacific Journal of Research in Business Management*. 2018. № 9(6). P. 10–21.
14. Varma V.A., Reklaitis G.V., Blau G.E., Pekny J.F. Enterprise-wide modeling & optimization — An overview of emerging research challenges and opportunities // *Computers & Chemical Engineering*. 2007. № 31(5–6). P. 692–711. doi: <https://doi.org/10.1016/j.compchemeng.2006.11.007>
15. Missbauer H., Uzsoy R. Optimization Models of Production Planning Problems // *Planning Production and Inventories in the Extended Enterprise*. International Series in Operations Research & Management Science. 2011. Vol 151. P. 437–507. Springer, New York, NY. doi: https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6485-4_16
16. Novikov D. A. Complex Models of System Optimization for the Production and Economic Activity of an Enterprise // *Automation and Remote Control*. 2019. № 80(11). P. 2068–2089. doi: <https://doi.org/10.1134/s0005117919110109>
17. Babenko V., Chebanova N., Ryzhikova N., Rudenko S., Birchenko N. Research into the process of multi-level management of enterprise production activities with taking risks into consideration // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. № 1(3 (91)). P. 4–12. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.123461>
18. Palkina E.S. Using business process improvement concept to optimize enterprise production system in conditions of innovative economic development // *MATEC Web of Conferences*. 2018. Vol. 224. 02011. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201822402011>
19. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // *Studies of Applied Economics*. 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>
20. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // *Path of Science*. 2021. Vol. 7(12). P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>
21. Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Causes, Consequences and Management (Theoretical Aspects) // *Path of Science*. 2022. Vol. 8(1). P. 3010–3017. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.78-4>
22. Pareto Principle // *Encyclopedia of Evaluation*. 2005. doi: <https://doi.org/10.4135/9781412950558.n394>
23. Samuels W. J. Diskussion/Discussion. The Pareto Principle: Another View // *Analyse & Kritik*. 1981. № 3(1). P. 124–134. doi: <https://doi.org/10.1515/auk-1981-0107>
24. Backhaus J. Diskussion/Discussion. The Pareto Principle and Policy Analysis // *Analyse & Kritik*. 1981. № 3(2). P. 237–246. doi: <https://doi.org/10.1515/auk-1981-0206>

References

1. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Horbonos F., Protsiuk T. Improvement of the express diagnostics of the production activity of the enterprise taking into account the method of determining the optimal production programs in the operational management system // *Technology Audit and Production Reserves*. 2018. Vol. 6 No. 4(44). P. 4–10. doi: <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2018.147968>
2. Melnyk O.H. Systemy diahnostryky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna kontseptsiia ta instrumentarii: monohrafiia. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2010. 344 s.
3. Skrynkovskyy R.M. Diahnostryka vykorystannia trudovykh, materialnykh, finansovykh ta enerhetychnykh reursiv pidpriemstva yak instrument upravlinnia elementamy yoho vyrobnycho-hospodarskoi diialnosti // *Problemy ekonomiky*. 2015. № 1. S. 249–254.
4. Pawlowski G. Rozvytok systemy upravlinskoj diahnostryky pidpriemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.04 / Lvivskiy universytet biznesu ta prava. Lviv, 2017. 20 s.
5. Petrovych Y.M., Savonina N.S. Innovatsiini zasady modernizatsii orhanizuvannia vyrobnychoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv // *Ekonomika: realii chasu*. 2018. № 2 (36). S. 5–16. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2018/No2/5.pdf> (data dostupu: 02.01.2023).

6. Skrynkovskyy R.M. Diahnostyka tekhniko-tekhnologichnoi bazy, orhanizatsiinoho rivnia i resurso- ta enerhozberezhennia pidpriumstva v konteksti ekonomii vytrat, bezdefektnosti ta rytmichnosti vyrobnytstva // *Biznes Inform.* 2015. № 5. S. 178–184.

7. Skrynkovskyy R.M. Diahnostyka finansovoho, vyrobnychoho, trudovoho, sotsialno-ekonomichnoho ta innovatsiino-investytsiinoho potentsialiv i analiz potentsiinykh ryzykiv pidpriumstva v umovakh nevyznachenosti // *Problemy ekonomiky.* 2015. № 2. S. 186–193.

8. Skrynkovskyy R.M. Systema diahnostyky vyrobnychoi diialnosti pidpriumstva z urakhuvanniam naukovotekhnichnoho ta innovatsiinoho rozvytku // *Ekonomika ta derzhava.* 2015. № 5. S. 51–53.

9. Skrynkovskyy R.M., Sopilnyk L.I., Tsyuh S.I. Improving the Enterprise Development Model: New Solutions Based on the Principles of Management, Marketing and Economic Diagnosis // *Business Inform.* 2020. № 4. P. 191–199. doi: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-4-191-199>

10. Skrynkovskyy R., Kataiev A., Zaiats O., Andrushchenko H., Popova N. Competitiveness of The Company on The Market: Analytical Method of Assessment and The Phenomenon of The Impact of Corruption in Ukraine // *Journal of Optimization in Industrial Engineering.* 2021. № 14(Special Issue). P. 79–86. doi: <https://doi.org/10.22094/joie.2020.677836>

11. Skrynkovskyy R., Pavlenchuk N., Tsyuh S., Zanevskyy I., Pavlenchuk A. Economic-mathematical model of enterprise profit maximization in the system of sustainable development values // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal.* 2022. № 8(4). P. 188–214. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.04.09>

12. Sumets A., Kniaz S., Heorhiadi N., Skrynkovskyy R., Matsuk V. Methodological toolkit for assessing the level of stability of agricultural enterprises // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal.* 2022. № 8(1) P. 235–255. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.01.12>

13. Durmanov A., Umarov S. Economic-mathematical modeling of optimization production of agricultural production // *Asia Pacific Journal of Research in Business Management.* 2018. № 9(6). P. 10–21.

14. Varma V.A., Reklaitis G.V., Blau G.E., Pekny J.F. Enterprise-wide modeling & optimization — An overview of emerging research challenges and opportunities // *Computers & Chemical Engineering.* 2007. № 31(5–6). P. 692–711. doi: <https://doi.org/10.1016/j.compchemeng.2006.11.007>

15. Missbauer H., Uzsoy R. Optimization Models of Production Planning Problems // *Planning Production and Inventories in the Extended Enterprise. International Series in Operations Research & Management Science.* 2011. Vol 151. P. 437–507. Springer, New York, NY. doi: https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6485-4_16

16. Novikov D.A. Complex Models of System Optimization for the Production and Economic Activity of an Enterprise // *Automation and Remote Control.* 2019. № 80(11). P. 2068–2089. doi: <https://doi.org/10.1134/s0005117919110109>

17. Babenko V., Chebanova N., Ryzhikova N., Rudenko S., Birchenko N. Research into the process of multi-level management of enterprise production activities with taking risks into consideration // *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies.* 2018. № 1(3(91)). P. 4–12. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2018.123461>

18. Palkina E.S. Using business process improvement concept to optimize enterprise production system in conditions of innovative economic development // *MATEC Web of Conferences.* 2018. Vol. 224. 02011. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201822402011>

19. Popova N., Kataiev A., Nevertii A., Kryvoruchko O., Skrynkovskyy R. Marketing Aspects of Innovative Development of Business Organizations in the Sphere of Production, Trade, Transport, and Logistics in VUCA Conditions // *Studies of Applied Economics.* 2021. № 38(4). doi: <https://doi.org/10.25115/eea.v38i4.3962>

20. Skrynkovskyy R., Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Nature, Types, Assessment Methods and Ways to Reduce Them // *Path of Science.* 2021. Vol. 7(12). P. 2015–2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.77-11>

21. Tyrkalo Y. Entrepreneurial Risks: Causes, Consequences and Management (Theoretical Aspects) // *Path of Science.* 2022. Vol. 8(1). P. 3010–3017. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.78-4>

22. Pareto Principle // *Encyclopedia of Evaluation.* 2005. doi: <https://doi.org/10.4135/9781412950558.n394>

23. Samuels W.J. Diskussion/Discussion. The Pareto Principle: Another View // *Analyse & Kritik.* 1981. № 3(1). P. 124–134. doi: <https://doi.org/10.1515/auk-1981-0107>

24. Backhaus J. Diskussion/Discussion. The Pareto Principle and Policy Analysis // *Analyse & Kritik.* 1981. № 3(2). P. 237–246. doi: <https://doi.org/10.1515/auk-1981-0206>

Gurina Ganna

*Doctor of Economics, Associate Professor,
Corresponding Member of the Transport Academy of Ukraine,
Professor of the Department of Foreign Economic Activity Management
National Aviation University*

Гуріна Ганна Сергіївна

*доктор економічних наук, доцент,
член кореспондент транспортної академії України,
професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Національний авіаційний університет
ORCID: 0000-0002-1419-4956*

Bugayko Dmytro

*Doctor of Economics, Associate Professor,
Corresponding Member of the Academy of Economic Sciences of Ukraine,
Professor of the Department of Foreign Economic Activity Management
National Aviation University*

Бугайко Дмитро Олександрович

*доктор економічних наук, доцент,
член кореспондент Академії економічних наук України,
професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Національний авіаційний університет
ORCID: 0000-0002-3240-2501*

Zablotska Rita

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of World Economy and International Economic Relations
Taras Shevchenko Kyiv National University*

Заблоцька Ріта Олександрівна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
ORCID: 0000-0001-7174-8946*

Korzh Maryna

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of International Economic Relations and Business
National Aviation University*

Корж Марина Володимирівна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу
Національний авіаційний університет
ORCID: 0000-0001-8129-8256*

Sydorenko Kateryna

*PhD in Economics, Associate Professor,
Vice-Dean of the Faculty of International Relations
National Aviation University*

Сидоренко Катерина Вікторівна

*кандидат економічних наук, доцент,
заступник декана факультету міжнародних відносин
Національний авіаційний університет
ORCID: 0000-0003-3231-2247*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8510

NATIONAL ECONOMIC INTERESTS OF UKRAINE IN THE SPHERE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

НАЦІОНАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ УКРАЇНИ У СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

Summary. This article analyzes the national interests of Ukraine from the point of view of transformations of international economic relations during the period of military aggression. The aspects and indicators of the effectiveness of the state policy in the investment and innovation sphere for strengthening the security of the real sector of the economy, determining the risks and threats of using the investment and innovation potential of economic security and the degree of its influence on the competitive positions of Ukraine in the conditions of technological globalism are characterized. The directions of positive development of the global economy and international regulatory mechanisms of its influence on the national competitiveness and economic interests of Ukraine are outlined. A justified sequence of actions to ensure the economic security of Ukraine in the field of international economic relations, strategic directions of innovative activity and resource support of the investment and innovation component of the economic interests of the real sector of the economy in conditions of global competition.

Key words: economic interests, economic security, potential, economic development, globalization, investment and innovation sphere, increasing competitiveness, cross-border cooperation.

Анотація. В даній статті здійснено аналіз національних інтересів України з точки зору трансформацій міжнародних економічних відносин в період військової агресії. Охарактеризовані аспекти та показники ефективності державної політики в інвестиційно-інноваційній сфері для зміцнення безпеки реального сектору економіки, визначення ризиків та загроз використання інвестиційно-інноваційного потенціалу економічної безпеки та ступеню його впливу на конкурентні позиції України в умовах технологічного глобалізму. Окреслено напрями позитивного розвитку глобальної економіки та міжнародні регулятивні механізми її впливу на національну конкурентоспроможність та економічні інтереси України. Обґрунтована послідовність дій забезпечення економічної безпеки України у сфері міжнародних економічних відносин, стратегічні напрями інноваційної активності та ресурсної підтримки інвестиційно-інноваційної компоненти економічних інтересів реального сектору економіки в умовах глобальної конкуренції.

Ключові слова: економічні інтереси, економічна безпека, потенціал, економічний розвиток, глобалізація, інвестиційно-інноваційна сфера, підвищення конкурентоспроможності, транскордонне співробітництво.

Formulation of the problem. One of the important directions of realization of economic interests as priorities of the economic security of Ukraine is to ensure the optimal ratio and effective interaction between sectors of the economy. Today, in difficult conditions for Ukraine, economic policy should focus on the sector that will be the most effective. New centers of economic power (financial-industrial, financial-banking, industrial monopolies, agrarian groups) are trying to use state power in their own interests. The practically unconcealed fusion of business and political power gives rise to elite economies (that is, economic spheres for a limited circle of individuals with high

entry barriers that ensure the receipt of excess profits). The ultimate goal of such interaction is for entrepreneurs to receive excess profits, and for officials to receive corruption rents. That is why the fight against corruption and illegal economic activity, ensuring equality of starting opportunities in economic activity, separating business from power, achieving justice in the distribution of the created product and many other necessary measures in Ukraine should become the primary tasks of economic policy, which should contribute to ensuring economic security and satisfaction of the national economic interests of the entire state, especially in the post-war economic strategy.

Analysis of recent research and publications.

The work of such scientists as O. Bilorus, I. Binko, M.H. Belopolskyi is devoted to the study of issues of economic security and national interests of the state, the conditions for their support and provision, the possibilities of integration of Ukraine in the conditions of transformational transformations. Kuzmina O.V. [1], Yu. Vdovenko [2], A. Galchynskyi, V. Geets, B. Gubskyi, Ya. Zhalilo, I.M. Kussa, E.V. Goncharov, I.S. Chernyakova [7], D. Lukyanenko, A. Mazaraki, V. Muntiyan, Y. Makogon, V.A. Lipkan. [8], V. Novytskyi, Yu. Pakhomov and others. Despite the presence of works by both Ukrainian and foreign scientists devoted to the disclosure of various aspects and features of national interests in the world economy, there are practically no thorough works on the comprehensive development of the mechanism of Ukraine's integration into the global competitive space, which is not focused on adaptation to the micro- and macrostructures of the international economy, and to achieve its stable competitiveness, taking into account at the same time the relevant specifics of the national economic interests of Ukraine and its economic security. The above-mentioned circumstances determine the relevance of this study.

The purpose of this article is to study the economic interests, and, accordingly, the economic security of Ukraine in terms of the components that form it, based on the consideration of theoretical and methodological approaches, the analysis of the main trends and the development of economic measures aimed at increasing the effectiveness of the formation of the economic security of Ukraine in the conditions of globalization. Considering the definitions of various scientists regarding national interests, their content and priority for economic security as one of the main tasks, domestic scientists conduct active research on this problem. Thus, V. Lipkan claims that, forming the primary basis of national security, national interests can be considered as a person and society aware of, state-guaranteed target guidelines regarding the need for the existence and development of a person, the nation and the state as a single organism [8].

In the era of globalization, when the world has become more interconnected and interdependent, new challenges are quickly becoming universal in nature and forming real threats to both national and international security and stability. Globalization is becoming an increasingly influential coordinator of the new order of international security and has a contradictory effect on the evolution

of relations between states. On the one hand, globalization stimulates the accelerated development of productive forces, scientific and technological progress, the increase of intellectual potential and the improvement of democratic multilateral mechanisms of management of the international system, and therefore contributes to the reliable solution of regional security problems. On the other hand, the spontaneous development of globalization processes exacerbates a number of existing international security problems and creates new risks and challenges. As a result of differences in financial and economic potentials, interaction between countries is becoming more and more asymmetrical. A small group of highly developed states plays the role of subjects of globalization, and the vast majority of other states turn into its objects, occupying secondary positions in financial and economic development. Moreover, the weakest members of the world community suffer much greater losses from the negative consequences of globalization compared to countries that are protected by their own financial and economic power. The result is stratification in the rates and directions of socio-economic development of entire regions of the world. Post-Soviet economies, including the economy of Ukraine, are particularly vulnerable to the negative challenges of globalization. It should be recognized that during the period of independence, Ukraine failed to implement a macro model of development that would allow to achieve a high standard of living of citizens and ensure dynamic social development [1, p. 23–33]. The independent Ukrainian state has existed for more than a quarter of a century, but only after the Revolution of Dignity did society in Ukraine embark on the path of final determination and institutional consolidation of its civilizational choice. This process is taking place against the background of a systemic socio-economic and socio-political crisis caused by an imperfect, not yet fully formed institutional basis for the further implementation of reforms. National economic interests in Ukraine are often postulated as the interests of influential political and economic groups [7; 9, p. 4–8]. There is also a significant external influence on the process of defining and realizing Ukrainian national economic interests. At the same time, some very important economic interests for the citizens of Ukraine are not taken into account in the social and economic policy of the state. Thus, partly national interests are a generalized reflection of the interests of citizens, and partly they bear the imprint of individual needs of society. War has an indefinite timeline, so businesses and our citizens

will continue to feel its negative impact. If the war continues until the end of 2023, 30% of Ukrainians may find themselves below the poverty line. According to forecast estimates, the drop in GDP at the end of the year may amount to 30–35% [3; 6]. The budget deficit at the end of the year may exceed USD35 billion. The total direct and indirect losses of the Ukrainian economy have already reached 600 billion US dollars and will continue to grow. Military challenges to which Ukraine must respond in the near future: 1) full or partial shutdown or bankruptcy of commercial companies due to destroyed facilities, loss and narrowing of the sales market in Ukraine, as well as outside its borders, unfulfilled foreign contracts, including due to currency limitation; 2) the high level of unemployment, the mass outflow of personnel outside the country and the risk of non-return of a large part of Ukrainian citizens who went abroad in search of temporary refuge from armed aggression; 3) change in the labor force balance by region; 4) blocked ports and narrow logistics, which will continue to restrain the development of exports; 5) destruction of supply chains of raw materials and finished products; 6) decrease in bank activity and freezing of investment projects [11; 12]. Ukraine has the potential to give a worthy response to all these challenges — both new and inherited, and challenges on the path of integration into the EU. The entire period of our struggle for independence, with the losses we suffered: human, production, markets and traditional partners, did not destroy the economy of Ukraine. Losing some of our traditional advantages, we gained new experiences in international economic relations. The war limited the potential of some traditional and new opportunities. High risks will remain in Ukraine for a long time, both due to the uncertain nature of the war (currently no one knows when the war will end), and due to the possibility of the resumption of military conflicts on the territory of Ukraine until the creation of a qualitatively new, reliably functioning collective security guarantee system. This will restrain the free flow of capital into the Ukrainian economy. The insufficient rule of law and the excessively high country risk associated with it significantly increase the required minimum expected rate of return on investment and, accordingly, reduce investment attractiveness. The excessive level of the state inherited from the Soviet era (the share of public expenditure in% of GDP) limits economic growth. At the same time, the possibilities of a significant fiscal maneuver are limited by the historically unprecedented level of government spending,

which was caused by the unprovoked war against Ukraine [10; 13]. The colossal financial costs incurred by the state of Ukraine, every citizen and every business woman, further reduced the limited internal financial capabilities of both the banking system, the stock market, and the state budget that existed before the war. The impact of this factor will continue until full economic recovery.

It is now clear that the dynamics and trends of the world economy will be determined not only by the economic measures to limit the aggressor, which have already been introduced and will be expanded in the future by partner countries, as well as by their influence on transformations in world trade relations. A systemic contradiction in the part of the new economic mechanisms has already manifested itself quite clearly. Globalization of economic, political, cultural and other social relations has exacerbated the problem of finding an effective system of their regulation on a global scale. Scientific studies of the current stage of the development of the global economy actualize the problem of the expediency of further deepening the liberalization of national economies to attract foreign investments and the development of measures for state regulation of foreign capital flows. A new methodological and scientific-applied approach to assessing the rationality of attracting foreign investments is being formed: without rejecting them, countries are trying to identify possible risks of the investment's impact on development. The urgency of solving the important scientific and applied problem of transforming the structural and institutional basis of the economy of Ukraine based on the scientific justification of the strategic priorities of increasing competitiveness and strengthening the economic security of the state and measures in the process of implementing regional policy is determined by the objective prerequisites of increasing the influence of global factors. The insufficient justification and rationality of the structural changes being carried out led to a significant lag behind the development of Ukraine from other countries with a transition economy, deepening of disparities between the existing structure of production and the strategic goals of national development. The imperfection of institutional support for structural restructuring makes it impossible to strategically program structural shifts as an integral component of state structural policy. The processes of structural and institutional deformation of the economy of Ukraine continue, which has acquired the systemic characteristics of a threat to the economic security of the state [5]. In the conditions of

globalization, the relationship and interdependence between the structure of the economy, the quality of the institutional basis, and the country's competitiveness are strengthened, and economic security turns into an objective prerequisite and general goal of socio-economic development. However, it is clear that modern globalization processes dictate the conditions under which it is impossible to ignore global economic ties and develop a completely closed economy and abandon the advantages of the international division of labor. It is also clear that the rejection of state protectionism in the form of protection of one's own economy is identical to financial and economic losses from following only the liberal paradigm of economic management. Therefore, when transforming the economy, it is very important to analyze both the danger and the actually possible positive consequences of the measures taken. The dilemma requires creating and maintaining a balance between openness and the need for state support and protection of the internal market on the basis of scientifically based protectionism, the basis of which should be, on the one hand, the readiness of traditional budget-organizing industries for competition and, on the other hand, the formation of a national reform policy, aimed at encouraging domestic producers to work in the conditions of an open economy. Today, economic security is an important component of the country's national interests and competitiveness on the world stage. Let's pay attention to the fact that the same functional and structural components and indicators are used to assess and manage both economic security and competitiveness. But the fundamental difference is that in order to guarantee safety, their values should be minimally economically justifiable, and to ensure competitiveness they should be as high as possible. According to such an approach, it is fair to conclude that with high competitiveness, the state of economic security is satisfied, and with a decrease in the level of competitiveness, the state of security worsens.

An important factor in the development of national interests in the border territories is their presence in the scope of cross-border cooperation programs (allocated within the framework of the European Neighborhood Instrument) and macro-regional strategies, which is a source of financial resources and contributes to the deepening of cooperation with neighboring communities of neighboring countries within the framework of joint implementation of local development tasks. Joining the efforts of neighboring communities to solve common problems ("garbage crisis", environmental problems, the depression of the mountainous areas of the Carpathian region, problems of the development of the coastal regions of the Northern Black Sea region in the conditions of Russian aggression against Ukraine, etc.) mobilizes the resources of all interested parties and contributes to the achievement of synergistic effect.

Conclusions and suggestions for further research. Thus, the implementation of national economic interests contributes to the development and functioning of the state's economy, maintaining its balanced state. The favorable geographical location of Ukraine makes it possible to realize national economic interests and opens up to it the diversity of integration vectors of the national economy, the main one of which is the EU vector. There is a large base of resources and opportunities for fulfilling national economic interests, although the capabilities of our state are not fully realized. In summary, we can conclude that national interests are the fundamental basis of economic policy and the main priority of economic security. It is necessary to intensify efforts to develop such a strategy for the national economic security of Ukraine, which would be aimed at the political consolidation of the citizens of Ukraine around common national economic interests and national values, overcoming existing contradictions and achieving an adequate standard of living, preserving national peace and ensuring the sustainable development of our state.

Література

1. Белопольський М. Г., Кузьміна О. В. Обґрунтування стратегії збалансованого розвитку промислових підприємств // Вісник Дніпропетровського університету. 2016. № 6. С. 23–33.
2. Вдовенко Ю. Європейські гроші для України. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vcndtue_2014_3_6.pdf (дата звернення: 08.01.2023)
3. ЕС — Україна, Європейський порядок денний реформ. Версія від 4 липня 2014 року. URL: http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/eu_ua/ear_04072014_in_ukrainian.pdf (дата звернення: 04.01.2023)
4. Durand M., Giorno C. Indicators of International Competitiveness: Conceptual Aspects and Evaluation. Paris: OECD. 1987. Vol. 9. P. 147–182. URL: <https://www.oecd.org/eco/outlook/33841783.pdf> (дата звернення: 22.12.2022)

5. Основні показники економічного та соціального розвитку України // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=38501 (дата звернення: 07.01.2023)
6. Globalization index. URL: <http://www.atkearney.com/index.php/.../globalization-index.htm> (дата звернення: 08.01.2023)
7. Кукса І. Стратегічне планування соціально-економічного розвитку регіону // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. Луганськ. 2016. № 17 (171). С. 218–224.
8. Ліпкан В. А. Теоретичні основи та елементи національної безпеки України: [монографія] / В. А. Ліпкан. К.: Текст. 2003. 600 с.
9. Sardak S., Bilskaya O., Simakhova A. Potential of economy socialization in the context of globalization // Економічний часопис — XXI. 2017. № 164 (3–4). С. 4–8.
10. Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах Б 39 глобалізації: монографія [О. С. Власюк, А. І. Мокій, О. І. Ляш, В. І. Волошин, М. І. Флейчук, Т. О. Власюк та ін.] / за заг. ред. О. С. Власюка. К.: НІСД, 2017. 384 с.
11. Національна рада з відновлення України від наслідків війни Проект Плану відновлення України Матеріали робочої групи “Відновлення та розвиток економіки”. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf>, (дата звернення: 04.01.2023)
12. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економіки України від 02.03.2007 р. № 60. URL: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980&cat_id=38738 (дата звернення: 08.01.2023)
13. Про основи національної безпеки України: Закон України від 19.06.2003 р. № 964-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/964-15> (дата звернення: 03.01.2023)

References

1. Belopolskyi M. H., Kuzmina O. V. Obgruntuvannya stratehii zbalansovanoho rozvytku promyslovykh pidpriemstv // Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu. 2016. № 6. S. 23–33.
2. Vdovenko Yu. Yevropeiski hroshi dlia Ukrainy. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe? C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vcndtue_2014_3_6.pdf (data zvernennia: 08.01.2023)
3. IeS — Ukraina, Yevropeyskyi poriadok denniy reform. Versiia vid 4 lypnia 2014 roku. URL: http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/documents/eu_ua/ear_04072014_in_ukrainian.pdf (data zvernennia: 04.01.2023)
4. Durand M., Giorno C. Indicators of International Competitiveness: Conceptual Aspects and Evaluation. Paris: OECD. 1987. Vol. 9. P. 147–182. URL: <https://www.oecd.org/eco/outlook/33841783.pdf> (data zvernennia: 22.12.2022)
5. Osnovni pokaznyky ekonomichnoho ta sotsialnoho rozvytku Ukrainy // Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy. URL: http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=38501 (data zvernennia: 07.01.2023)
6. Globalization index. URL: <http://www.atkearney.com/index.php/.../globalization-index.htm> (data zvernennia: 08.01.2023)
7. Kuksa I. Stratehichne planuvannya sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehionu // Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnoho universytetu im. V. Dalia. Luhansk. 2016. № 17 (171). S. 218–224.
8. Lipkan V. A. Teoretychni osnovy ta elementy natsionalnoi bezpeky Ukrainy: [monohrafiia] / V. A. Lipkan. K.: Tekst. 2003. 600 s.
9. Sardak S., Bilskaya O., Simakhova A. Potential of economy socialization in the context of globalization // Ekonomichnyi chasopys — KhKhI. 2017. № 164 (3–4). S. 4–8.
10. Bezpeka ta konkurentospromozhnist ekonomiky Ukrainy v umovakh B 39 hlobalizatsii: monohrafiia [O. S. Vlasiuk, A. I. Mokii, O. I. Iliash, V. I. Voloshyn, M. I. Fleichuk, T. O. Vlasiuk ta in.] / za zah. red. O. S. Vlasiuka. K.: NISD, 2017. 384 s.
11. Natsionalna rada z vidnovlennia Ukrainy vid naslidkiv viiny Proekt Planu vidnovlennia Ukrainy Materialy robochoi hrupy “Vidnovlennia ta rozvytok ekonomiky”. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/economic-recovery-and-development.pdf>, (data zvernennia: 04.01.2023)
12. Metodyka rozrakhunku rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy: Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy vid 02.03.2007 r. № 60. URL: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=97980&cat_id=38738 (data zvernennia: 08.01.2023)
13. Pro osnovy natsionalnoi bezpeky Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 19.06.2003 r. № 964-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/964-15> (data zvernennia: 03.01.2023)

Безверхий Костянтин Вікторович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту
Державний торговельно-економічний університет*

Bezverkhyy Kostiantyn

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Financial Analysis and Audit
State University of Trade and Economics*

ORCID: 0000-0001-8785-1147

Юрченко Олександр Анатолійович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

Yurchenko Oleksandr

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Accounting, Auditing and Taxation
National Academy of Statistics, Accounting and Auditing*

ORCID: 0000-0002-8447-6510

Приймак Наталія Володимирівна

*кандидат економічних наук,
в.о. завідувача кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування
Міжнародний європейський університет*

Pryimak Nataliia

*Candidate of Economic Sciences, Acting Head of the
Department of Management, Finance and Business Administration
International European University*

ORCID: 0000-0002-0206-2577

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8556

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ ІЗ РОЯЛТІ

ACCOUNTING AND TAXATION OF ROYALTY TRANSACTIONS

Анотація. Роялті як плата за право використання результатів інтелектуальної власності виконують важливу роль в сучасній економічній ситуації розвитку країни. Задля того, щоб український ринок роялті став більш прибутковим необхідно створити систему в якій буде неможливе використання інтелектуальної власності без належної винагороди правовласника. Стаття спрямована на наукові дослідження у сфері бухгалтерського обліку та оподаткування операцій із роялті в Україні. Метою статті є науково-практичне дослідження організації і методики обліку та оподаткування суб'єктами бізнесу операцій із роялті в Україні. Методологічною основою дослідження є діалектична теорія пізнання, системний підхід до вивчення та удосконалення організації і методики обліку і оподаткування операцій з роялті. В процесі проведення даного наукового дослідження були використані наступні методи: синтез (визначення складових роялті); систематизації (визначення платежів, які не входять до складу роялті); аналіз (обґрунтування ролі елементів методу бухгалтерського обліку при фіксації операцій із роялті на підприємстві); узагальнення (формування висновків). Розглянуто економічну сутність дефініції поняття «роялті» у розрізі вітчизняних та міжнародних нормативних документів. З'ясовано складові роялті та перелік платежів, які не можуть бути вкочені до них. Розкрито методику визнання та оцінку роялті у відповідності до бух-

галтерського та податкового законодавства. Запропоновані удосконалення в частині організації бухгалтерського обліку операцій із роялті, що сприятимуть покращенню її методики. Встановлено роль елементів методу бухгалтерського обліку при фіксації операцій із роялті на підприємстві. Окреслені особливості оподаткування роялті у ліцензіара та ліцензіата в Україні. Удосконалено методику відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій із роялті на підприємстві. Перспективами подальших досліджень є розроблення нових підходів щодо оцінки та відображення в бухгалтерському обліку та звітності операцій із роялті на підприємстві.

Ключові слова: право інтелектуальної власності, авторська винагорода, облікове відображення роялті, оподаткування роялті, роялті.

Summary. Royalties as payment for the right to use the results of intellectual property will play an important role in the modern economic situation of the country's development. In order for the Ukrainian royalty market to become more profitable, it is necessary to create a system in which it will be impossible to use intellectual property without proper remuneration of the right holder. The article is aimed at scientific research in the field of accounting and taxation of royalty transactions in Ukraine. The purpose of the article is a scientific and practical study of the organization and methodology of accounting and taxation by business entities of royalty transactions in Ukraine during martial law. The methodological basis of the study is the dialectical theory of cognition, a systematic approach to the study and improvement of the organization and methodology of accounting and taxation of royalty operations. In the process of conducting this scientific research, the following methods were used: synthesis (determination of royalty components); systematization (determination of payments that are not part of royalties); analysis (justification of the role of elements of the accounting method in recording royalty operations at the enterprise); generalization (formation of conclusions). The economic essence of the definition of the concept of «royalty» in terms of domestic and international regulatory documents is considered. The components of royalties and the list of payments that cannot be added to them have been clarified. The method of recognition and assessment of royalties in accordance with accounting and tax legislation is disclosed. Proposed improvements in the organization of accounting for royalty operations, which will contribute to the improvement of its methodology. The role of elements of the accounting method in recording royalty operations at the enterprise has been established. The features of royalty taxation at the licensor and licensee in Ukraine during martial law are outlined. The method of displaying royalty transactions at the enterprise on accounting accounts has been improved. Prospects for further research are the development of new approaches to the assessment and reflection in accounting and reporting of royalty operations at the enterprise.

Key words: intellectual property right, copyright, royalties accounting, royalty taxation, royalties.

Постановка проблеми. За останні десять місяців внутрішній валовий продукт України знизився на 25% — з 202 млрд. доларів в лютому 2022 року до 150 млрд. доларів станом на грудень цього ж року [11]. Вітчизняна економіка на чверть зменшилась через широкомасштабне вторгнення росії на територію України наприкінці лютого 2022 року. На сьогодні кожен вид доходу є актуальний для державного бюджету, оскільки фінансує його видатки в першу чергу на оборону країни.

Вважаємо, що основною економічного розвитку будь-якої країни є інтелектуальна власність. Роялті як плата за право використання результатів інтелектуальної власності виконують важливу роль в сучасній економічній ситуації розвитку країни в умовах війни. Задля того, щоб український ринок роялті став більш прибутковим необхідно створити систему в якій буде неможливе використання інтелектуальної власності без належної винагороди правовласника. В цій системі облік має бути складовим елементом, оскільки забезпечуватимуть отримання необхідної інформації для керівництва компанії задля прийняття та реалізації управлінських рішень щодо нарахування, оподаткування і виплати роялті.

лізації управлінських рішень щодо нарахування, оподаткування і виплати роялті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження питання щодо обліку роялті на підприємстві здійснили як вітчизняні, так зарубіжні науковці, зокрема: М. Жикаляк [1], В. Карпова [2], Т.В. Ковальова [3], Ю.О. Костенко [3], К.М. Мануель (С.М. Manuel) [9], Л. Новіченко [7], Ф. Перес-Ернандес (F. Pérez-Hernández) [9], Г. Рубіо (G. Rubio) [9], Н. Чугрій [10] та інші.

Так, М. Жикаляк у своїх наукових працях розкриває підходи до дефініції поняття «роялті». Автор пропонує розглядати роялті, як спеціальні податки на суб'єктів господарської діяльності, що здійснюють добування і первинну переробку корисних копалин, спрямовані на вилучення у таких компаній частини гірської ренти після початку видобутку, податковою базою яких є обсяги видобутку [1]. Зокрема, В. Карпова розкриває класифікацію роялті для цілей обліку та оподаткування [2]. Вчені Т.В. Ковальова та Ю.О. Костенко досліджують особливості ведення обліку роялті за національними та міжнародними

стандартами, розкриваючи їх оцінку, документальне оформлення та облікове відображення у ліцензіара і ліцензіата [3]. Вітчизняний дослідник Л. Новіченко зосереджує увагу на особливостях оподаткування доходів юридичних та фізичних осіб у вигляді роялті [7]. Група іспанських авторів Г. Рубіо (G. Rubio), К. М. Мануель (С. М. Manuel), Ф. Перес-Ернандес (F. Pérez-Hernández) проводять оцінювання брендів за методологією звільнення від роялті відповідно до міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та оцінки [9]. Водночас Н. Чугрій визначає роялті у ролі інструмента для залучення інвестицій в інноваційний розвиток аграрного бізнесу [10]. Проте більшість авторів не приділяють значної уваги проблемам організації бухгалтерського обліку та оподаткування доходів суб'єктів господарювання у вигляді роялті.

Метою статті є науково-практичне дослідження організації і методики обліку та оподаткування суб'єктами бізнесу операцій із роялті в Україні.

Матеріали і методи. Методологічною основою дослідження є діалектична теорія пізнання, системний підхід до вивчення та удосконалення організації і методики обліку й оподаткування операцій з роялті. В процесі проведення даного наукового дослідження були використані наступні методи: синтез (визначення складових роялті); систематизації (визначення платежів, які не входять до складу роялті); аналіз (обґрунтування ролі елементів методу бухгалтерського обліку при фіксації операцій із роялті на підприємстві); узагальнення (формування висновків).

Виклад основного матеріалу. Вчені багатьох країн світу, незалежно від періоду, в якому вони працювали, підкреслювали економічну сутність роялті із найрізноманітніших аспектів. Хоча на-

прямки наукових досліджень у них різні, поняття «роялті» зустрічається майже в усіх вітчизняних і зарубіжних дослідників.

Вітчизняне податкове законодавство тлумачить роялті як платіж, отриманий у вигляді винагороди за використання або надання права на користування об'єкта права інтелектуальної власності [8]. На рис. 1 представлено складові, які належить до роялті у відповідності до норм Податкового кодексу України (далі — ПКУ).

Аналізуючи норми М(С)БО 18 «Дохід» виявлено, що роялті — це плати за використання довгострокових активів компанії, наприклад патентів, торгових знаків, авторського права та комп'ютерних програм [4].

Відповідно до п. 4 НП(С)БО 15 «Доходи», роялті — це будь-які платежі, отримані за використання правами інтелектуальної власності, або надання винагороди користування авторських і суміжних прав на літературний, художній чи науковий твір, у т.ч. комп'ютерні програми, інші медіа-записи, відео- чи аудіокасети, фільми, радіо- чи телевізійні фільми, будь-які патенти, зареєстровані товарні знаки чи товарні знаки, проекти, секретні креслення, моделі, формули, процеси, промисловий, комерційний чи науковий досвід (ноу-хау) [5].

На рис. 2 наведено перелік платежів, які не відносяться до роялті.

У Національному стандарті 4 «Оцінка інтелектуальної власності» роялті представлено у формі ліцензійного періодичного платежу за результатами виробництва або реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), що використовують об'єкт інтелектуальної власності [6].

Аналізуючи ринок роялті в Україні зустрічаємо платежі, які здійснює компанія за користуван-

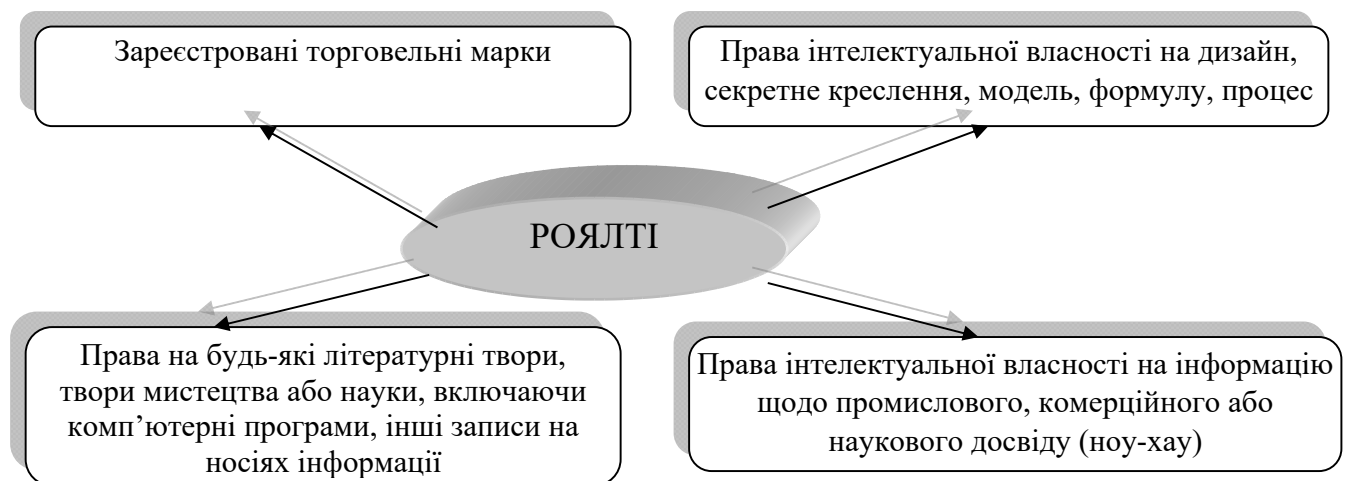


Рис. 1. Складові роялті

Джерело: узагальнено авторами на основі [8]

ням програмним забезпеченням. В основному такі платежі є рідкісними, оскільки програмне забезпечення, яке було отримане за плату може бути застосовано для виробництва іншого програмного продукту або надання комп'ютерних послуг.

Основна відмінність бухгалтерського і податкового законодавства в частині визнання доходів у вигляді роялті, це те, що в національних стандартах бухгалтерського обліку немає обмежень щодо віднесення виплат до роялті, подібних до тих, що перелічені у ПКУ. Отож робимо висновок, що роялті для цілей оподаткування та бухгалтерського обліку слід визнавати на підставі критеріїв, установлених пп. 14.1.225 ПК [8].

Облік роялті здійснюється у розрізі двох суб'єктів: ліцензіара та ліцензіата. Під ліцензіаром слід розуміти сторону, яка надає другій стороні (ліцензіату) дозвіл на використання об'єкта права інтелектуальної власності (ліцензію) на умовах, визначених за взаємною згодою сторін з урахуванням вимог цивільного законодавства. Натомість, ліцензіат — це суб'єкт господарюван-

ня, який придбав ліцензію на права користування об'єктом інтелектуальної власності.

Відповідно до п. 20 НП(С)БО 15 «Доходи», дохід у вигляді роялті визнається ліцензіаром, якщо імовірно отримання економічних вигід, пов'язаних із такою операцією та може бути достовірно визначена сума такого доходу [5].

Роялті включають у дохід за принципом нарахування згідно з економічним змістом відповідного договору. Задля визначення доходу, роялті розподіляють між періодами дії договору. Тому в договорі доцільно вказати строк, на який передаються майнові права. В обліку нарахування роялті відображають кореспонденцією рахунків: Дт 373 «Розрахунки за нарахованими доходами» — Кт 719 «Інші доходи від операційної діяльності». З метою удосконалення аналітичного обліку розрахунків за роялті на підприємстві пропонуємо відкрити аналітичний рахунок першого порядку 3731 «Розрахунки за нарахованими роялті».

Ліцензіат може відображати роялті залежно від функціонального призначення у складі:

Не вважаються роялті платежі, отримані:

як винагорода за використання комп'ютерної програми, якщо умови використання обмежені функціональним призначенням такої програми та її відтворення обмежене кількістю копій, необхідних для такого використання (використання кінцевим споживачем);

за придбання примірників (копій) об'єктів інтелектуальної власності, у тому числі в електронній формі, для використання за своїм функціональним призначенням для кінцевого споживання або перепродажу такого примірника (копії);

придбання речей у т. ч. носіїв інформації, в яких втілені або на яких містяться об'єкти права інтелектуальної власності, у користування, володіння та / або розпорядження особи;

передання права на розповсюдження примірників програмної продукції без права на їх відтворення або якщо їх відтворення обмежено використанням кінцевим споживачем.

передання прав на об'єкти права інтелектуальної власності, якщо умови такого передання надають право особі, яка отримує ці права, продати або здійснити відчуження в інший спосіб права інтелектуальної власності або оприлюднити (розголосити) секретні креслення, моделі, формули, процеси, права інтелектуальної власності на інформацію щодо промислового, комерційного або наукового досвіду (ноу-хау), крім випадків, коли таке оприлюднення є обов'язковим згідно із чинного законодавства України;

Рис. 2. Платежі які не належать до роялті

Джерело: узагальнено авторами на основі [8]

- первісної вартості запасів, якщо сплата роялті безпосередньо пов'язана з придбанням запасів і, зокрема, за імпортованими запасами включається до їхньої митної вартості;
- виробничої собівартості продукції;
- загальновиробничих, адміністративних, збутових та інших операційних витрат підприємства.

Найбільш важливими об'єктами організації обліку роялті на підприємстві є такі складові облікового процесу, як:

- облік роялті у ліцензіара;
- облік роялті у ліцензіата.

Не зважаючи на існування цілого ряду завдань, які стоять перед обліковою політикою підприємства в частині обліку роялті (забезпечення даних та узагальнення інформації про роялті; контроль за правильністю і законністю виникнення доходів у вигляді роялті; своєчасне, повне, достовірне відображення операцій із роялті на рахунках бухгалтерського обліку, регістрах обліку та звітності), основним завданням облікової політики є забезпечення організації бухгалтерського обліку на підприємстві як цілісної системи, яка повинна охоплювати всі аспекти облікового процесу — організаційний, методичний, технічний.

Організаційна складова передбачає перелік осіб, відповідальних за ведення обліку операцій із роялті; форму організації обліку операцій із роялті; перелік сфер відповідальності; комерційну таємницю та порядок її захисту; систему внутрішнього контролю тощо. Вище перелічені організаційні питання можуть підпадати під компетен-

цію головного бухгалтера, служби внутрішнього контролю, аудиторської фірми, аутсорсингової компанії тощо.

У методичній частині облікової політики необхідно вказати: методи оцінки та визнання роялті, порядок їх нарахування, оподаткування та виплати.

Крім організаційної та методичної складової облікової політики підприємства важливим також є технічний аспект облікової політики щодо роялті, який повинен передбачати: робочий план рахунків з необхідними аналітичними розрізами; форми первинних документів з обліку роялті, графіки документообороту; облікові реєстри, технологію обробки облікової інформації; склад, порядок і строки подання внутрішньої звітності; порядок проведення інвентаризації розрахунків за нарахованими доходами у вигляді роялті тощо.

Облік операцій із роялті, як і бухгалтерський облік взагалі, розпочинається з первинного документування фактів господарського життя. Далі операції з роялті проходять послідовно наступні етапи обробки рештою елементів методу бухгалтерського обліку (табл. 1).

Таким чином, з метою ефективної організації бухгалтерського обліку на підприємстві розробляється та впроваджується Положення про облікову політику, де регламентується бухгалтерський облік в тому числі операцій із роялті.

Важливим елементом методу бухгалтерського обліку є документування. Тому при нарахуванні та виплаті роялті на підприємстві рекомендуємо

Таблиця 1

Роль елементів методу бухгалтерського обліку при фіксації операцій із роялті на підприємстві

Елементи методу бухгалтерського обліку			Роль елементів методу в обліку роялті	
Метод бухгалтерського обліку	I	Систематичне та хронологічне спостереження за операціями із роялті	Документування	Документування операцій із роялті забезпечує суцільне та безперервне спостереження за ним
			Інвентаризація	Завдяки інвентаризації перевіряється на підприємстві розрахунки за нарахованими доходами у вигляді роялті та забезпечується повнота і достовірність даних бухгалтерського обліку й звітності
	II	Вартість (грошове вимірювання операцій із роялті)	Оцінка	Надає можливість визначити загальний розмір доходів чи витрат у вигляді роялті
	III	Групування, реєстрація та систематизація операцій із роялті	Рахунки	Використання рахунків дає змогу узагальнити інформацію щодо операцій із роялті на підприємстві
			Подвійний запис	Завдяки подвійному запису можливе отримання інформації про господарські операції, які призводять до виникнення роялті
IV	Узагальнення інформації про роялті	Звітність	Завдяки фінансовій звітності узагальнюється інформація про операції із роялті, наведена в аналітичних розрізах, що забезпечує отримання інформації для потреб управління, аналізу та контролю	

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 2

Оподаткування роялті у ліцензіара та ліцензіата в Україні під час дії воєнного стану

Суб'єкти ліцензійної угоди	Податки					
	Податок на прибуток	Податок на доходи фізичних осіб та військовий збір	Єдиний податок	ПДВ	ЄСВ	Податок на доходи нерезидента
Ліцензіар	Роялті належать до доходу платника податку, який визнається за правилами бухгалтерського обліку. Ставка податку 18% із об'єкта оподаткування — бухгалтерський фінансовий результат платника податку	Роялті, нараховані на користь будь-яких фізичних осіб обкладаються ПДФО за ставкою 18%, військовий збір 1,5%. Суб'єкт господарювання, який виплачує роялті фізичній особі утримує із цих сум ПДФО та військовий збір	Включають до складу доходів, отриманих платника єдиного податку юридичної особи. Сума отриманих роялті обкладаються єдиним податком за ставкою 5% або 3%. Не є об'єктом оподаткування	Якщо платіж у вигляді роялті здійснюється: у грошовій формі, ця операція не є об'єктом оподаткування ПДВ (пп. 196.1.6 ПК); грошовий формі, тоді така виплата обкладається ПДВ на загальних підставах.	Не є об'єктом оподаткування	Слід урахувати, що при виплаті роялті нерезиденту-юридичній особі необхідно утримати податок на прибуток за ставкою 15% від їхньої суми за рахунок нерезидента. Податок сплачується до бюджету під час такої виплати (п. «в» пп. 141.4.1, пп. 141.4.2 ПК) Однак якщо із країною нерезидента укладено міжнародний договір, оподаткування регламентується його нормами
Ліцензіат	Малодохідні платники податку на прибуток (з обсягом річного доходу не більше ніж 40 млн. грн), які проклали у податковій декларації з податку на прибуток відмітку про не проведення коригування фінансового результату до оподаткування на різниці, передбачені ПК, відображають операції з роялті в податковому обліку виключно на підставі даних бухгалтерського обліку. Високодохідні платники (з обсягом річного доходу понад 40 млн. грн) та особи, які не зробили відмітку про не проведення коригування фінансового результату в податковій декларації з податку на прибуток, коригують фінансовий результат на різниці. Сума коригування (СК) визначають за такою формулою: $СК = ВР - (ДР + 4\% \times ЧД)$, де ВР — витрати на роялті; ДР — доходи від роялті; ЧД — чистий дохід (показник ряд. 2000 Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) за минулий рік). Якщо СК має від'ємне значення, то коригування не здійснюються.	Роялті включають до загального місячного (річного) оподаткованого доходу платника податків і обкладають ПДФО за загальною ставкою 18% та військовим збором за ставкою 1,5%. Суб'єкт господарювання, який виплачує роялті фізичній особі, є податковим агентом і зобов'язаний утримати цей податок під час нарахування такого доходу.				

Джерело: узагальнено авторами на основі [8]

складати такі основні первинні документи, зокрема: ліцензійний договір; бухгалтерські довідки для розрахунку суми роялті та нарахування податків; підтвердження наявності міжнародних договорів, укладених між Україною та країнами-нерезидентами (у разі співпраці між підприємствами та нерезидентами у сфері прав інтелектуальної власності) з метою уникнення подвійного оподаткування; довідки або їх нотаріально засвідчені копії, які підтверджують, що нерезидент є резидентом країни, з якою Україна має угоду, укладений міжнародний договір та інші документи, якщо це передбачено міжнародним договором з Україною.

У разі отримання роялті пакет документів буде включати: ліцензійний договір; виписку або витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців про державну реєстрацію його як суб'єкта підприємницької діяльності, у разі, якщо ліцензіаром є фізична особа-підприємець; виписка банку; бухгалтерська довідка щодо обчислення суми доходу у вигляді роялті.

Особливості оподаткування роялті у ліцензіара та ліцензіата в Україні під час дії воєнного стану представлено в табл. 2.

Отже, оподаткування роялті відіграє важливу роль в їх обліку. Бухгалтеру під час відображення операцій із роялті варто прислухатися до порад юристів в частині оподаткування таких доходів. Це стосується в основному:

- аналізу договорів на право користування об'єктами інтелектуальної власності, адже від умов,

- які у них прописані будуть залежати податкові наслідки;
- контролю за операціями із нерезидентами, які підпадають під регулювання законодавства про трансфертне ціноутворення;
- вивчення статусу нерезидента, якому виплачується дохід у вигляді роялті;
- наявності відповідних документів, які підтверджують статус нерезидента.

Розглянемо облікове відображення операцій із нарахування роялті у ліцензіара та ліцензіата (табл. 3).

Висновки і перспективи подальших досліджень. За результатами проведеного дослідження нами було розглянуто економічну сутність роялті та їх складові елементи; наведено перелік платежів, які у відповідності до чинного податкового законодавства не вважаються роялті; розкрито порядок визнання та облікового відображення роялті у ліцензіара та ліцензіата; запропоновано обліковий процес щодо операцій із роялті на підприємстві розглядати у розрізі трьох складових: організаційної, методичної та технічної; визначено роль елементів методу бухгалтерського обліку (документування, інвентаризація, оцінка, рахунки, подвійний запис, звітність) при фіксації операцій із роялті; розкрито первинний облік та особливості оподаткування операцій із роялті у ліцензіара та ліцензіата в Україні. Перспективами подальших досліджень є розроблення нових підходів щодо оцінки та відображення в обліку та звітності операцій із роялті на підприємстві.

Таблиця 3

Облік операцій із роялті на підприємстві

№ з/п	Зміст господарської операції	Первинний документ	Дебет	Кредит	Сума, грн.
Облік у ліцензіара					
1.	Відображено доходи на роялті за поточний період	Договір, розрахунок роялті	3731	7191	12000,00
2.	Отримано роялті	Виписка з банку	311	3731	12000,00
Облік у ліцензіата					
3.	Відображено витрати з роялті за поточний період	Договір, розрахунок роялті	93	631	12000,00
4.	Сплачено роялті ліцензіару	Виписка з банку	631	311	12000,00
Облік виплати працівнику підприємства роялті					
5.	Нараховано працівнику суму роялті	Ліцензійний договір	92	663	10000,00
6.	Утримано із суми роялті: ПДФО (10000,00 x 18%)	Розрахунково-платіжна відомість	663	6411	1800,00
	– військовий збір (10000,00 x 1,5%)		663	642	150,00
7.	Сплачено до бюджету суми ПДФО, військового збору	Виписка банку, платіжне доручення	6411	311	1800,00
			642	311	150,00
8.	Виплачено роялті працівнику		663	311	8050,00

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Література

1. Жикаляк М.В. Класифікація роялті як шлях до вдосконалення регуляторної політики держави у сфері використання мінеральних ресурсів. Ефективна економіка. 2012. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2276> (дата звернення: 10.01.2023).
2. Карпова В. Роялті: як класифікувати та відобразити в обліку. Бібліотека Баланс. 2021. № 9. С. 43–48. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/biblioteka-balance-29-publikacii-biblioteka-balans-123-royalti-kak-klassificirovat-i-otrazit-v-uchete> (дата звернення: 10.01.2023).
3. Ковальова Т.В., Костенко Ю.О. Облік роялті за національними та міжнародними стандартами. Проблеми та перспективи розвитку підприємництва. 2022. № 28. С. 146–155. URL: <http://ppb.khadi.kharkov.ua/article/view/260760> (дата звернення: 10.01.2023).
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 18 (МСБО 18) «Дохід»: виданий Радою з Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку зі змінами від 01.01.2012. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_025#Text (дата звернення: 10.01.2023).
5. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід»: наказ Міністерства фінансів України від 29.11.99 р. № 290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>. (дата звернення: 10.01.2023).
6. Національний стандарт № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності»: постанова Кабінету Міністрів України від 03.10.2007 р. № 1185. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1185-2007-%D0%BF#Text> (дата звернення: 10.01.2023).
7. Новіченко Л.С., Стойка Н.С., Щирська О.В. Особливості бухгалтерського обліку та оподаткування роялті: ключові аспекти. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2020. № 16 (2). С. 77–83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2020_16%282%29__10 (дата звернення: 10.01.2023).
8. Податковий кодекс: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 10.01.2023).
9. Rubio G., Manuel C.M., Pírez-Hernández F. Valuing brands under royalty relief methodology according to international accounting and valuation standards. European Journal of Management and Business Economics. 2016. Vol. 25(2). P. 76–87. doi: 10.1016/j.redeen.2016.03.001.
10. Чугрій Н.А. Роялті як інструмент залучення інвестицій в інноваційний розвиток аграрного підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. № 14. Ч. 2. С. 182–186. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/14_2_2017ua/39.pdf (дата звернення: 10.01.2023).
11. За 10 місяців війни ВВП впав на 25% — з \$202 млрд. до \$150 млрд. URL: <https://ukranews.com/ua/news/906774-za-10-misyatsiv-vijny-vvp-vpav-na-25-z-202-mlrd-do-150-mlrd-kuhar#:~:text=Головний%20економіст%20Ukraine%20Economic%20Outlook,інтерв%27ю%20журналісту%20Євгену%20Кисельову> (дата звернення: 10.01.2023).

References

1. Zhykaliak M.V. (2012). Klyasyfikatsiia roialty yak shliakh do vdoskonalennia rehuliatornoi polityky derzhavy u sferi vykorystannia mineralnykh resursiv [Classification of royalties as a way to improve the regulatory policy of the state in the field of mineral resource use]. *Efektivna ekonomika*, 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2276> [in Ukraine].
2. Karpova V. (2021). Roialty: yak klasyfikuvaty ta vidobrazyty v obliku [Royalties: how to classify and account for them]. *Biblioteka Balans*, 9, 43–48. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/biblioteka-balance-29-publikacii-biblioteka-balans-123-royalti-kak-klassificirovat-i-otrazit-v-uchete> [in Ukraine].
3. Kovalova T.V., Kostenko Yu.O. (2022). Oblik roialty za natsionalnymy ta mizhnarodnymy standartamy. *Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemnytstva*, 28, 146–155. URL: <http://ppb.khadi.kharkov.ua/article/view/260760> [in Ukraine].
4. Mizhnarodnyi standart bukhhaltenskoho obliku 18 (ISA 18) «Dokhid» [International Accounting Standards 18 «Revenue»]: vydanyi Radoiu z Mizhnarodnykh standartiv bukhhaltenskoho obliku zi zminamy vid 01.01.2012. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_025#Text [in Ukraine].
5. Natsionalne Polozhennia (standart) bukhhaltenskoho obliku 15 «Dokhid» [National Regulation (standard) of accounting 15 «Income»]: nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 29.11.99 r. № 290. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text> [in Ukraine].
6. Natsionalnyi standart № 4 «Otsinka mainovykh prav intelektualnoi vlasnosti» [National Standard № 4 «Evaluation of intellectual property rights»]: postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 03.10.2007 r. № 1185. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1185-2007-%D0%BF#Text> [in Ukraine].

7. Novichenko L. C., Stoika N. S., Shchyrskaya O. V. (2020). Osoblyvosti bukhhalterskoho obliku ta opodatkuvannia roialti: kliuchovi aspekty. Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu, 16 (2), 77–83. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2020_16%282%29__10 [in Ukraine].
8. Podatkovyi kodeks [Tax Code]: Zakon Ukrainy vid 02.12.2010 r. № 2755-VI. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> [in Ukraine].
9. Rubio G., Manuel C. M., Párez-Hernández F. (2016). Valuing brands under royalty relief methodology according to international accounting and valuation standards. European Journal of Management and Business Economics, 25(2), 76–87. doi: 10.1016/j.redeen.2016.03.001 [in English].
10. Chuhrii N. A. (2017). Roialti yak instrument zaluchennia investytsii v innovatsiinyi rozvytok ahrarnoho pidpriemstva [Royalties as a tool for attracting investments in the innovative development of an agrarian enterprise]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu, 14, 2, 182–186. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.ua/archive/14_2_2017ua/39.pdf [in Ukraine].
11. Za 10 misiatsiv viiny VVP vpav na 25% — z \$202 mlrd do \$150 mlrd [During the 10 months of the war, GDP fell by 25% — from \$202 billion to \$150 billion]. URL: <https://ukranews.com/ua/news/906774-za-10-misyatsiv-vijny-vvp-vpav-na-25-z-202-mlrd-do-150-mlrd-kuhar#:~:text=Holovnyi%20ekonomist%20Ukraine%20Economic%20Outlook,interv%27iu%20zhurnalistu%20Ievhenu%20Kyselovu> [in Ukraine].

Гаркуша Сергій Анатолійович
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
Сумський національний аграрний університет

Harkusha Serhii
PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation
Sumy National Agrarian University
ORCID: 0000-0002-2043-1217

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8533

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ THEORETICAL ASPECTS OF EVALUATION IN THE ACCOUNTING SYSTEM

Анотація. Підприємства часто з власної ініціативи звертаються за послугами оціночної експертизи та вартісного кон-
сультування так, і в деяких випадках, проводять його самостійно. Метою статті є визначити теоретичні аспекти оцінки в
системі бухгалтерського обліку. Для цього поставили завдання визначити, в чому полягає реальність оцінки в бухгалтерському
обліку. Для визначення величини фактичної собівартості використовується калькуляція – спосіб обчислення собівартості,
тобто. засіб зобов'язання об'єкту відповідно до тієї чи іншої ціни певної оцінки. Зроблено висновок, що об'єктивно оцінити
прибутковість дуже складно, у зв'язку з чим виникає різноманітність фінансових оцінок, зокрема податкові, інвестиційні
та кредитні оцінки. Установлено, що податкова оцінка пов'язана з тим, що кожен вид податків чи зборів передбачає,
зазвичай, спеціальні методи оцінки майна з метою оподаткування. Зроблено висновок, що інвестиційні оцінки можуть
використовуватись у прогностичних дослідженнях при розрахунках ефективності майбутніх капітальних вкладень. Наголо-
шено, що кредитні оцінки призначені для вимірювання вартості майнового забезпечення кредитів. Отже, оцінка, як метод
бухгалтерського обліку, є способом грошового вираження об'єктів цього обліку (майна, зобов'язання та господарських
операцій) за допомогою підсумовування витрат з метою відображення їх в обліку та бухгалтерській звітності. Реальність
оцінки полягає у розрахунку і відображенні справжнього розміру окремих видів засобів, включаючи джерела їх утворення
(грошовий вираз об'єктів обліку має відповідати їх фактичній величині).

Ключові слова: оцінка, майно, підприємство, інформація, бухгалтерський облік, вартість.

Summary. Enterprises often request the services of valuation expertise and value consulting, and in some cases, conduct it
themselves. The purpose of the article is to determine the theoretical aspects of assessment in the accounting system. The task
was to determine what the reality of the assessment in accounting is. To determine the value of the actual cost, costing is used a
method of calculating the cost, a means of binding the object according to one or another price of a certain assessment. It was
concluded that it is very difficult to objectively assess profitability, which leads to a variety of financial assessments, including
tax, investment and credit assessments. It has been established that tax assessment is related to the fact that each type of
tax or fee usually requires special methods of property assessment for taxation purposes. It was concluded that investment
estimates can be used in predictive studies when calculating the efficiency of future capital investments. It is emphasized that
credit evaluations are designed to measure the value of collateral for loans. So, valuation as an accounting method, is a way
of monetary expression of the objects of this accounting (property, liabilities, business transactions) by means of summarizing
costs in order to reflect them in accounting. The reality of the assessment consists in the calculation and display of the true
size of certain types of funds, including the sources of their formation (the monetary expression of the accounting objects must
correspond to their actual value).

Key words: assessment, property, enterprise, information, accounting, value.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Важко знайти підприємство, яке за роки власної фінансово-господарської діяльності жодного разу не потребувало послуг професійного оцінювача. Інколи виникають такі ситуації, які зобов'язують господарюючих суб'єктів проводити незалежну оцінку майна для визначення його ринкової (або іншої) вартості. У більшості випадків бухгалтеру досить складно самостійно провести об'єктивну оцінку вартості активів, тому запрошується експертна компанія.

Підприємства часто з власної ініціативи звертаються за послугами оціночної експертизи та вартісного консультування так, і в деяких випадках, проводять його самостійно. Дізнатись реальну ринкову вартість майна можна у таких ситуаціях як:

- купівля-продаж активів — найпоширеніший випадок, у якому незалежна оцінка будівель та споруд, транспортних засобів, машин і обладнання, цінних паперів чи частки підприємства допомагає дізнатися об'єктивну ринкову вартість об'єкта, цим, знайти компроміс між інтересами продавця і покупця;
- оренда майна — визначається актуальна величина орендної плати, за яку цей актив можна передати у користування;
- реорганізація підприємства — проводиться оцінка майна, що передається (приймається) відповідно до рішення засновників за залишковою, ринковою або іншою вартістю;
- страхування — за підсумками страхової оцінки майна визначаються страхова сума, страхові внески, сума страхового відшкодування. У встановленні достовірної вартості об'єкта зацікавлені як страхова компанія, так і страхувальник.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За результатами дослідження літератури та інформації в мережі Інтернет, зокрема [1–9], з'ясовано, що деякі теоретичні і практичні аспекти у цьому напрямі розглянуто у працях таких вчених та практиків, як Витвицька О. М. [1], Іщенко Н. М. [3], Панченко О. М. [6], Стахурська С. А. [7], Стріжкова А. В. [8], Ткачук С. В. [7], Шовкун І. [9], Якимчук Т. В. [7] та ін.

Разом з тим, сьогодні теоретичні аспекти оцінки в системі бухгалтерського обліку є актуальними і потребують постійного дослідження.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є визначити теоретичні аспекти оцінки в системі бухгалтерського обліку. Для цього поставили завдання визначити, в чому полягає реальність оцінки в бухгалтерському обліку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оцінка — це спосіб вираження об'єктів бухгалтерського обліку в грошовому вимірнику. Метою оцінки є визначення фактичної собівартості господарського факту, що відбувся. Для визначення величини фактичної собівартості використовується калькуляція — спосіб обчислення собівартості, тобто. засіб зобов'язання об'єкту відповідно до тієї чи іншої ціни певної оцінки. Калькуляція як бухгалтерська процедура, пов'язана з обчисленням оцінок об'єктів обліку, застосовується на всіх стадіях кругообігу коштів.

Вибір процедур, що дозволяють отримати те чи інше значення оцінки об'єктів обліку, залежить від цілей, які має підприємство. Виходячи з цього підприємства по-різному сприймають об'єкти, що оцінюються, а тому виникає множинність оцінок, що використовуються в бухгалтерському обліку.

Однак при всьому різноманітті використовуваних оцінок у теорії та практиці бухгалтерського обліку, насамперед, оцінку слід розглянути в інформаційному аспекті. У зв'язку з цим оцінки можуть бути охарактеризовані як економічні, страхові, юридичні, адміністративні, статистичні та інформаційні.

Економічні оцінки мають вирішувати завдання конкретного спостереження об'єктів. При цьому для кожного об'єкта, що спостерігається, вони розраховуються заново і тому носять калькуляційний характер. Такі оцінки, зазвичай, використовуються визначення вартості майна під час його продажу чи придбання. Різновидом цих оцінок є фінансові оцінки, призначені для визначення прибутковості підприємств та окремих видів майна, насамперед у податкових (фіскальних) цілях, що зумовлює їхню директивну заданість. Проте слід наголосити, що об'єктивно оцінити прибутковість дуже складно, у зв'язку з чим виникає різноманітність фінансових оцінок, зокрема податкові, інвестиційні та кредитні оцінки.

Сутність поняття податкової оцінки, наведено в табл. 1, за основу дослідження бралось у суб'єктів, що займаються оціночною діяльністю (з їх офіційних сайтів).

З метою оподаткування, оцінку регулює ряд нормативних актів, передусім це Податковий Кодекс України та Національний стандарт «Загальні засади оцінки майна і майнових прав». Оціночною вартістю є ринкова вартість, розрахована відповідно до національних стандартів та інших нормативно-правових актів з питань оцінки майна і майнових прав.

Отже, податкова оцінка пов'язана з тим, що кожен вид податків чи зборів передбачає, зазвичай,

Таблиця 1

Сутність поняття «податкова оцінка» у суб'єктів оціночної діяльності

Автори та джерело	Сутність поняття
Офіційний сайт: Real Expert [5]	Під оцінкою для цілей оподаткування зазвичай мають на увазі процес визначення вартості нерухомості для сплати податків фізичними особами при проведенні нотаріальних угод. Результати проведення такої податкової оцінки вносяться до бази даних Фонду державного майна України
Офіційний сайт: Хорив [4]	Оцінка для оподаткування, податкова оцінка, потрібна нотаріусу для нарахування податків при нотаріальних оформленнях: купівля-продаж, дарування, успадкування. Нотаріус використовує дані звіту про оцінку майна для точного визначення суми податку, яку потрібно буде сплатити одній із сторін, які укладають той чи інший договір
Офіційний сайт: Expert In [2]	Експертна оцінка для цілей оподаткування або для нотаріуса — це процес визначення вартості майна для сплати податків фізичними особами, що проводиться виключно для укладення цивільно-правових угод та інших нотаріальних оформлень. Оцінка для цілей оподаткування хоч і не є окремим напрямком в оціночній діяльності, але за своїм призначенням прив'язана до окремих типів операцій з майном. Оцінка для нотаріуса застосовується в основному до майна фізичних осіб-резидентів, а також нерезидентів України, в тому випадку, коли вони є учасниками угод з цінними паперами, рухомим або нерухомим майном. Отримана в результаті ринкова вартість майна є основою при розрахунку державного мита, суми податків або зборів, інших платежів до бюджетів різних рівнів

Джерело: складено автором відповідно до [2; 4; 5]

Таблиця 2

Сутність поняття «інвестиційна оцінка» у деяких науковців

Автори та джерело	Сутність поняття
Витвицька О.М., Шегда Л.М. [1, с. 16]	Інвестиційна оцінка — це оцінка, що лежить в основі будь-якого інвестиційного рішення
Стахурська С.А., Ткачук С.В., Якимчук Т.В., Стахурський В.О. [7, с. 45]	комплексний інвестиційний аналіз підприємства має містити певні складові чи етапи, які всебічно характеризуватимуть інвестиційну складову підприємства
Стріжкова А.В., Белік К.О. [8]	Оцінка інвестиційної привабливості — це процес, у ході якого потенційний інвестор може прийняти остаточне рішення про доцільність укладення коштів у дане підприємство, враховуючи надійність цього об'єкта інвестування та можливість отримання максимального прибутку. Від того, наскільки підприємство цікаве потенційним інвесторам, залежить стабільність його функціонування, можливості розширення, виходу на нові ринки і зміцнення вже наявних позицій

Джерело: складено автором відповідно до [1; 7; 8]

Таблиця 3

Сутність поняття «кредитна оцінка» у деяких науковців

Автори та джерело	Сутність поняття
Панченко О.М., Пересипкіна А.В. [6]	Кредитоспроможність підприємства виражається в можливості отримати ним кредит та вчасно його обслуговувати
Шовкун І. [9, с. 56]	оцінка кредитоспроможності позичальника — це процес комплексного визначення кількісних та якісних параметрів його фінансового стану, яке проводиться кредитором (банком) з метою аналізу та прогнозування ймовірних ризиків і визначення можливості, розміру та умов надання кредиту
Іщенко Н.М., Олійник О.М. [3, с. 90]	оцінка кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств має зводитися до використання двох основних теоретичних підходів до оцінки кредитоспроможності позичальника: підхід на основі використання моделей прогнозування банкрутства та підхід до побудови комплексних моделей оцінки кредитоспроможності для визначення якісних факторів з огляду на такі моделі

Джерело: складено автором відповідно до [3; 6; 9]

спеціальні методики оцінки майна з метою оподаткування.

В свою чергу, дослідження сутності поняття «інвестиційна оцінка» у деяких науковців наведено в табл. 2.

Отже, на нашу думку, інвестиційні оцінки можуть використовуватись у прогностичних дослідженнях при розрахунках ефективності майбутніх капітальних вкладень.

Дослідження сутності поняття «інвестиційна оцінка» у деяких науковців наведено в табл. 3.

Відповідно до визначень табл. 3, ми можемо зробити висновок, що кредитні оцінки призначені для вимірювання вартості майнового забезпечення кредитів. Кредитні оцінки розраховуються індивідуально за кожним видом майна і представляють собою його реальні чи майбутні оцінки. Методи цих оцінок можуть визначатися кредитним договором.

Предметом оцінки може бути:

- майно, що купується — його оцінка в бухгалтерському обліку відбувається через підсумовування фактичних витрат з купівлі, до яких включено витрати з купівлі об'єкта, сплачувані відсотки за комерційними кредитами, націнки (надбавки), комісійну винагороду, що сплачуються поставальницьким, зовнішньоекономічним та іншим підприємствам, мито та інші платежі, витрати з транспортування, зберігання та доставки.
- майно, яке одержано безоплатно — його оцінка відбувається за ринковою вартістю на дату оприбуткування.
- майно, яке вироблено підприємством самостійно — його оцінка відбувається за вартістю виготовлення.

Оцінка як елемент методу бухгалтерського обліку є способом вартісного виміру таких об'єктів, як майно та зобов'язання. З її допомогою, у бухгалтерському обліку відбувається відображення всіх господарських операцій в грошовому вимірі. Таким чином, результат господарської діяльності будь-якого підприємства в обліку набуває вартісної форми. За допомогою цього підходу оцінка в бух-

галтерському обліку відбувається в однакових одиницях вимірювання за собівартістю продукції.

Регламентація правил оцінки майна підприємства здійснюється за допомогою міжнародних стандартів оцінки, національного законодавства, нормативних та бухгалтерських вимог. Так, відповідно до господарської діяльності конкретного підприємства НП(С)БО вимагають застосовувати різні види оцінок активів. Так, наприклад, для оцінки основних засобів застосовуються такі види вартостей:

- первісна вартість — це ціна основного засобу і сукупність всіх витрат, пов'язаних з придбанням його та введенням у експлуатацію;
- ліквідаційна вартість — сума, яку очікують отримати внаслідок реалізації основного засобу після завершення його експлуатації;
- залишкова вартість — це частина вартості активу, яка в бухгалтерському обліку залишилася неамортизованою;
- справедлива — у більшості випадків, це та ж сама ринкова вартість;
- переоцінена вартість — це відкоригована внаслідок дооцінки або уцінки первісна вартість об'єкта основного засобу.

Висновки. Отже, оцінка, як метод бухгалтерського обліку, є способом грошового вираження об'єктів цього обліку (майна, зобов'язання та господарських операцій) за допомогою підсумовування витрат з метою відображення їх в обліку та бухгалтерській звітності. Реальність оцінки полягає у розрахунку і відображенні справжнього розміру окремих видів засобів, включаючи джерела їх утворення (грошовий вираз об'єктів обліку має відповідати їх фактичній величині).

Що стосується обмежень дослідження, слід визнати, що дослідження було зосереджено виключно на теоретичному понятті оцінки в бухгалтерському обліку.

Перспективи подальшого розвитку в цьому напрямі буде практичне відображення оцінки та шляхи його вдосконалення з метою використання в системі бухгалтерського обліку.

Література

1. Витвицька О.М., Шегда Л.М. Економічна оцінка інформаційного капіталу підприємства як фактор управління вартістю нафтогазових підприємств. *Бізнес-навігатор*. 2021. № 3(64). С. 13-20. DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.64-2> (дата звернення: 17.01.2023).
2. Експертна оцінка для оподаткування. *Expert In*. URL: <https://www.expert-in.com.ua/ocinka-dlia-notariusa/> (дата звернення: 22.12.2022).
3. Іщенко Н.М., Олійник О.М. Кредитоспроможність сільськогосподарських підприємств: аналіз факторів, що формують резерви її зростання. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 15. С. 89–95. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/15_2018_ukr/16.pdf. (дата звернення: 18.01.2023).
4. Оцінка для оподаткування, податкова оцінка. Хорив. 2016. 5 жовтня. URL: <https://ua.khoriv.kiev.ua/otsinka-dlya-opodatkovannya-podatkova-otsinka/>. (дата звернення: 20.01.2023).
5. Оцінка для цілей оподаткування («оцінка для нотаріуса»). *Real Expert*. URL: <https://realexpert.ua/otsinka-dlya-tsiley-opodatkovannya-otsinka-dlya-notariusa/#:~:text=Під%20оцінкою%20для%20цілей%20оподаткування,даних%20Фонду%20державного%20майна%20України> (дата звернення: 17.11.2022).
6. Панченко О.М., Пересипкіна А.В. Оцінка кредитоспроможності в системі внутрішнього контролю підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/93.pdf (дата звернення: 17.11.2022).
7. Стахурська С.А., Ткачук С.В., Якимчук Т.В., Стахурський В.О. Комплексний аналіз інвестиційної діяльності виробничих підприємств як основа для прийняття обґрунтованих господарських рішень. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2022. № 1(248). С. 40–47. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/37379/1/StTkYaSt2022.pdf> (дата звернення: 10.01.2023).
8. Стрижкова А.В., Белік К.О. Методи оцінки інвестиційної привабливості інноваційних підприємств. URL: <https://ndipzir.org.ua/conference/2018/12/14/RozvytokPidprVUkr18-42.pdf> (дата звернення: 20.01.2023).
9. Шовкун І. Кредитоспроможність підприємств у контексті формування фінансових джерел відтворення переробної промисловості у регіонах України. *Вісник Національного банку України*. 2014. № 2. С. 54–61.

References

1. Vytvytska O. M., Shehda L. M. (2021). Ekonomichna otsinka informatsiinoho kapitalu pidpriemstva yak faktor upravlinnia vartistiu naftohazovykh pidpriemstv. *Biznes-navihator*. 3 (64): 13–20. doi: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.64-2> (date of application: 20.01.2023) [in Ukrainian].
2. Ekspertna otsinka dlia opodatkovannia. *Expert In*. Retrieved from: <https://www.expert-in.com.ua/ocinka-dlia-notariusa/> (date of application: 22.12.2022) [in Ukrainian].
3. Ishchenko N. M., Oliinyk O. M. (2018). Kredytopromozhnist silskohospodarskykh pidpriemstv: analiz faktoriv, shcho formuiut rezervy yii zrostantia. *Infrastruktura rynku*. 15: 89–95. Retrieved from: http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/15_2018_ukr/16.pdf (date of application: 18.01.2023) [in Ukrainian].
4. Otsinka dlia opodatkovannia, podatkova otsinka. *Khoryv*. Retrieved from: <https://ua.khoriv.kiev.ua/otsinka-dlya-opodatkovannya-podatkova-otsinka/> (date of application: 20.01.2023) [in Ukrainian].
5. Otsinka dlia tsilei opodatkovannia («otsinka dlia notariusa»). *Real Expert*. Retrieved from: <https://realexpert.ua/otsinka-dlya-tsiley-opodatkovannya-otsinka-dlya-notariusa/#:~:text=Під%20оцінкою%20для%20цілей%20оподаткування,даних%20Фонду%20державного%20майна%20України> (date of application: 17.11.2022) [in Ukrainian].
6. Panchenko O. M., Peresypkina A. V. (2018). Otsinka kredytopromozhnosti v systemi vnutrishnoho kontroliu pidpriemstva. *Efektivna ekonomika*. 11. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2018/93.pdf (date of application: 17.11.2022) [in Ukrainian].
7. Stakhurska S. A., Tkachuk S. V., Yakymchuk T. V., Stakhurskyi V. O. (2022). Kompleksnyi analiz investytsiinoi diialnosti vyrobnychykh pidpriemstv yak osnova dlia pryiniattia obgruntovanykh hospodarskykh rishen. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*. 1(248): 40–47. Retrieved from: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/37379/1/StTkYaSt2022.pdf> (date of application: 10.01.2023) [in Ukrainian].
8. Strizhkova A. V., Belik K. O. Metody otsinky investytsiinoi pryvablyvosti innovatsiinykh pidpriemstv. Retrieved from: <https://ndipzir.org.ua/conference/2018/12/14/RozvytokPidprVUkr18-42.pdf> (date of application: 20.01.2023) [in Ukrainian].
9. Shovkun I. (2014). Kredytopromozhnist pidpriemstv u konteksti formuvannia finansovykh dzherel vidtvorenna pererobnoi promyslovosti u rehionakh Ukrainy. *Visnyk Natsionalnoho banku Ukrainy*. 2: 54–61. [in Ukrainian].

Петраковська Олена Володимирівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

Petrakovska Olena
*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting, Auditing and Taxation
National Academy of Statistics, Accounting and Auditing
ORCID: 0000-0002-4466-9684*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8564

ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ЙОГО СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЮ ТА ОБЛІК

COMPANY'S EQUITY: A MODERN VIEW OF ITS ESSENCE, CLASSIFICATION AND ACCOUNTING

Анотація. Проведено дослідження процесу формування концепції капіталу у бухгалтерському обліку, що дозволяє з позиції онтологічного підходу розкрити етапи розвитку дефініції «капітал» з пропозицією оновлених положень сучасних парадигм. Виділені чотири глобальні періоди в історичній парадигмі. Сучасна парадигма будується на вже нових потребах суспільства та тенденціях розвитку науково-технічного прогресу, яка почала розвиватися на четвертій парадигмі, відображаючи вдосконалені та адаптовані погляди на економічну категорію «капітал». Розглянуто основні сучасні наукові підходи до визначення поняття «власний капітал». Запропоновано узагальнену класифікацію власного капіталу: за джерелами формування; за ступенем фіксації; за формою інвестування; за національною належністю власників капіталу, які надають його в господарське використання; за організаційно – правовою формою діяльності; за відповідністю правовим нормам використання, яка надасть змогу внутрішнім та зовнішнім користувачам отримувати різнобічну інформацію про складові власного капіталу. Досліджено порядок відображення інформації про власний капітал у формах фінансової звітності, на рахунках бухгалтерського обліку, та надані рекомендації з удосконалення обліку власного капіталу.

Ключові слова: капітал, статутний капітал, нерозподілений прибуток, додатковий капітал, фінансова звітність, резервний капітал, облік.

Summary. A study of the process of formation of the concept of capital in accounting has been carried out, which allows, from the standpoint of the ontological approach, to reveal the stages of development of the definition of «capital» with the proposal of updated provisions of modern paradigms. Four global periods are identified in the historical paradigm. The modern paradigm is based on the new needs of society and trends in the development of scientific and technological progress, which began to develop on the fourth paradigm, reflecting improved and adapted views on the economic category «capital». A generalized classification of capital is proposed: by sources of formation; according to the degree of fixation; by the form of investment; according to the nationality of the owners of capital, providing it for economic use; according to the organizational and legal form of activity; compliance with the legal regulations of use, which will allow internal and external users to receive comprehensive information about the components of capital. The procedure for reflecting information about capital in the forms of financial statements, on accounting accounts has been studied, and recommendations have been provided for improving the accounting.

Key words: capital, share capital, retained earnings, additional capital, financial statement, reserved capital, accounting.

Постановка проблеми. Існуюча облікова система постійно поповнюється новими обліковими об'єктами, новими принципами обліку та відображенням фактів економічної діяльності підприємства, новими завданнями, які ставляться перед бухгалтерським обліком. Однак питання, пов'язані з обліком власного капіталу, поки що недостатньо розроблені, і досліджень, повністю присвячених даній проблематиці, поки що недостатньо. Наслідком є неточність існуючої термінології, неможливість однозначного кількісного визначення величини власного капіталу. Це, своєю чергою, викликає недостатність та фрагментарність сучасної нормативно-правової бази цього розділу обліку. Незважаючи на певний прогрес у вдосконаленні звітності, що відбувся останніми роками, рекомендовані звітні форми не дозволяють отримувати достовірну інформацію про загальну величину окремих складових власного капіталу підприємства на звітну дату.

В умовах реформування системи бухгалтерського обліку та звітності та раціональної адаптації українського обліку до МСФЗ проблема вдосконалення методики бухгалтерського обліку власного капіталу залишається як ніколи актуальною, яка потребує підвищеної уваги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням сутності, класифікації та особливостям обліку власного капіталу підприємства приділили значну увагу: М. Ю. Абрамчук, Ю. Г. Гуменна, І. В. Тютюник, П. М. Рубанов [1], Л. В. Безкоровайна [2], Л. О. Бернадзіковська, І. В. Мукоїд [3], Н. В. Железняк [4], О. В. Зінченко, Г. О. Армаш [5], О. Лаврик [7], І. Назарова [8], Г. Б. Погріщук, Р. Є. Волощук [11], А. О. Фатенок-Ткачук [15], Н. О. Шура, М. В. Шатило М. В [16] та ін. Аналіз результатів досліджень науковців свідчить, що розробки з розкриття цих питань відображають ґрунтовне розуміння проблем. Проте низка питань недостатньо досліджені й залишаються невирішеними.

Формулювання цілей статті. Метою статті є комплексний аналіз сутності, класифікації та особливостей обліку власного капіталу підприємств та обґрунтування пропозицій щодо їх вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах ринкової економіки процеси формування капіталу, управління його структурою та ефективністю використання, встановлення раціонального співвідношення різних джерел фінансування та, у зв'язку з цим, якість управління фінансовими ресурсами починають набувати особливої важливості. Від достатності рівня капіталу залежить

життєздатність суб'єкта господарювання протягом усього періоду функціонування. Від його величини та ефективності використання багато в чому залежать кінцеві результати господарської діяльності підприємства.

Інформація бухгалтерського обліку, що описує наслідки господарських фактів, що відбулися на всіх метаморфозах перетворення капіталу підприємства, визнана дуже корисною та важливою для прийняття як внутрішніх тактичних управлінських рішень, так і стратегічних рішень зовнішніми користувачами. Збільшені вимоги до змісту та якості бухгалтерської інформації передбачають постійний моніторинг проблем і завдань, що розкривають їх. Поряд з цим на даному етапі розвитку бухгалтерської науки залишаються до кінця не вирішені багато питань теорії та практики бухгалтерського обліку капіталу. Недостатня опрацьованість деяких методичних проблем обліку капіталу надає негативний вплив на методику бухгалтерського обліку, а відповідно знижує ефективність управлінських рішень у галузі інвестиційної та фінансової політики. Особливо слід звернути увагу на той факт, що незважаючи на визнання капіталу однією з найважливіших фундаментальних економічних категорій, в економічній теорії та в облікових дисциплінах немає єдиного визначення капіталу, що відбиває всю багатогранну сутність цього поняття.

Історія виникнення та розвитку поняття «капітал» показала, що його сутність змінювалася залежно від рівня економічного розвитку суспільства, а також досягнень у сфері теоретичних та практичних знань.

Історичні показники сутності капіталу та його відображення в обліку дозволяють не тільки зрозуміти методи конвергенції з міжнародною обліковою практикою, а й визначають сутнісну відособленість самого капіталу в період технологічної трансформації обліку та стандартів, які його регулюють.

Проведені дослідження вказують на чотири глобальні періоди в історичній парадигмі.

1. Перший етап еволюції відображення капіталу в бухгалтерському обліку проходив на історичній парадигмі «докласичної» економічної теорії, що відображає його принципові бачення та латинське коріння.

2. Другий етап еволюції відображення капіталу здійснювався на парадигмі «класичної» економічної теорії, яка дозволила розглядати капітал як: запас багатства, що потребує обліку; прибуток, що генерує потік багатства; основний та оборотний.

3. Третій етап еволюції економічної категорії «капітал» вказує на чергову зміну історичної парадигми економічною теорією, де особливе значення мають дослідження Карла Маркса.

4. Дослідження історичних, правових та економічних аспектів як еволюційний синтез дозволило виявити необхідні підходи до формування сучасної концепції капіталу в теорії бухгалтерського обліку. Сучасна парадигма будується на вже нових потребах суспільства та тенденціях розвитку науково-технічного прогресу, яка почала розвиватися на четвертій парадигмі, відображаючи вдосконалені та адаптовані погляди на економічну категорію «капітал». Четверта парадигма визначила наступ-

ний етап еволюції, що будується на онтологічному підході до формування концепції капіталу, розкриваючи структуру балансу, його розділи, а також динамічні та статичні властивості його показників.

Еволюціонуючи в часі, економічна категорія «капітал» в сучасних концепціях розуміється як предмет управління та бухгалтерського обліку, що належить підприємству на правах власності/іншого володіння, фактор виробництва товарів (фізичний) та грошей (фінансовий) для отримання прибутку внаслідок сукупності економічних відносин та застосування праці трудовими ресурсами, що в кінцевому підсумку приносить додаткову вартість на мікро-, мезо- та макрорівні, відбиваючись у ВВП.

Таблиця 1

Підходи до трактування терміну «власний капітал»

Підходи до трактування терміну «власний капітал»	НП(С)БО 1 (перша редакція)	НП(С)БО 1 (поточна редакція)	Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»	Н.О. Шура, М.В. Шагило	Г.Б. Погрішук, Р.С. Волошук	Л.В. Безкоровайна	А.О. Фатенок-Ткачук	О. Лаврик	М. Ю. Абрамчук, Ю. Г. Гуменна, І. В. Тютюнник, П. М. Рубанов
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
частина в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань	+						+		+
різниця між активами і зобов'язаннями підприємства		+	+						
самозростаюча вартість, втілена в інвестованих і накопичених фінансових ресурсах, що належать підприємству на правах власності та використовуються як джерело фінансування господарської діяльності					+				
загальна вартість засобів підприємства, інвестованих його власниками з метою отримання доходу на такі інвестиції, які належать йому на правах власності і поряд із позиковим капіталом використовуються ним для формування активів				+					
власні джерела підприємства, внесені його засновниками, або суми реінвестованого чистого прибутку, які використовуються для формування активів підприємства у грошовій або матеріальній формі						+			
є власним джерелом фінансування суб'єкта господарювання, який сформований за рахунок вкладень власників (внесених без визначеного терміну повернення), а також ресурсів (засобів) отриманих у процесі діяльності підприємства (як у результаті власної діяльності, так і безоплатно)								+	

Джерело: складено автором на основі [1; 2; 7; 9; 11; 14; 15; 16]

Існує широке коло визначень та інтерпретацій поняття «власний капітал», що свідчить про наявність високого наукового та практичного інтересу до даної категорії (табл. 1).

На законодавчому рівні поняття «власний капітал» відображає порядок розрахунку власного капіталу, але не розкриває джерел формування та напрямів використання власного капіталу.

Більшість науковців розкривають економічну сутність власного капіталу через його головну функцію — забезпечення підприємства власними фінансовими ресурсами, необхідними для початку та продовження господарської діяльності.

Н. О. Шура, М. В. Шатило [16] при формуванні власного визначення цієї категорії, намагалися наблизити уявлення про власний капітал з позицій євроінтеграційних процесів.

Для більш повного розкриття сутності власного капіталу необхідно визначити його складові. Складові власного капіталу наведені в Інструкції про застосування Плану рахунків [6], в якій, від першої (30.11.1999 рік) до поточної редакції неодноразово відбувалися зміни, внесені Наказами МФУ в 4 класі, де відображаються складові власного капіталу (табл. 2).

Дані табл. 2 свідчать, що в таких складових власного капіталу, як резервний капітал,

Таблиця 2

Зміни в назвах рахунків, назвах і кількості субрахунків (рах. 40–46)

№ з/п	Інструкція про застосування Плану рахунків (перша редакція)	Інструкція про застосування Плану рахунків (поточна редакція)
1	2	3
Зміни в назвах рахунків		
1	Рахунок 40 «Статутний капітал»	<i>Рахунок 40 «Зареєстрований (пайовий) капітал»</i>
2	Рахунок 41 «Пайовий капітал»	<i>Рахунок 41 «Капітал у дооцінках»</i>
3	Рахунок 42 «Додатковий капітал»	Без змін
4	Рахунок 43 «Резервний капітал»	Без змін
5	Рахунок 44 «Нерозподілені прибутки (непокріті збитки)»	Без змін
6	Рахунок 45 «Вилучений капітал»	Без змін
7	Рахунок 46 «Неоплачений капітал»	Без змін
Зміни в назві та кількості субрахунків		
Рахунок 40		
8	-	<i>401 «Статутний капітал» 402 «Пайовий капітал» 403 «Інший зареєстрований капітал» 404 «Внески до незареєстрованого статутного капіталу»</i>
Рахунок 41		
9	-	<i>411 «Дооцінка (уцінка) основних засобів» 412 «Дооцінка (уцінка) нематеріальних активів» 413 «Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів» 414 «Інший капітал у дооцінках»</i>
Рахунок 42		
10	421 «Емісійний дохід» 422 «Інший вкладений капітал» 423 «Дооцінка активів» 424 «Безоплатно одержані необоротні активи» 425 «Інший додатковий капітал»	421 «Емісійний дохід» 422 «Інший вкладений капітал» 423 «Накопичені курсові різниці» 424 «Безоплатно одержані необоротні активи» 425 «Інший додатковий капітал»
Рахунок 44		
11	441 «Прибуток нерозподілений» 442 «Непокріті збитки» 443 «Прибуток, використаний у звітному періоді»	Без змін
Рахунок 45		
12	451 «Вилучені акції» 452 «Вилучені вклади й паї» 453 «Інший вилучений капітал»	Без змін

Джерело: складено автором на основі [6]

нерозподілений прибуток (непокритий збиток), вилучений капітал та неоплачений капітал законодавчих змін не відбулось.

Складові власного капіталу представлені в різних формах звітності: в чинних НП(С)БО 1 (форма № 1, форма № 2 (розділ II), форма № 4, форма № 1-к, форма № 2-к (розділ II), форма № 4-к) та НП(С)БО 25 (форма № 1-м, форма № 1-мс) [9; 10]. До затвердження у 2013 році НП(С)БО 1 складові власного капіталу (форма № 1) відображалися в П(С)БО 2 (форма № 1) та П(С)БО 5 (форма № 4). Зміни в структурі власного капіталу (форма № 1) в П(С)БО 2 та НП(С)БО 1 [4] наведені на рис. 1.

Інформація про дооцінку (уцінку) необоротних активів і фінансових інструментів, накопичені курсові різниці та інший сукупний дохід, відповідно до НП(С)БО 1 відображається у II розділі «Сукупний дохід» Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форми № 2, № 2-к).

Велике значення для правильної організації обліку власного капіталу має його науково обґрунтована класифікація (табл. 3).

Дані табл. 3 свідчать, що більшість науковців виокремлюють таку класифікаційну ознаку власного капіталу, як джерела формування, але

стосовно видів власного капіталу за цією ознакою певної однозначності немає. Так, А.О. Фатенок-Ткачук [15], О.В. Зінченко, Г.О. Армаш [5], М.Ю. Абрамчук, Ю.Г. Гуменна, І.В. Тютюник, П.М. Рубанов [1] за джерелами формування поділяють власний капітал на вкладений та накопичений.

Дещо поглиблює вищенаведену класифікаційну ознаку О. Лаврик, який систематизує складові власного капіталу на вкладений, накопичений та коригуючий капітал. Крім того, науковець виокремлює ще 7 класифікаційних ознак: за належністю господарському товариству; за формою інвестування; за ступенем оплати; за резидентністю засновників, за ступенем мобільності, за ефективністю результату діяльності господарського товариства та за характером використання власниками господарського товариства [7].

Л.О. Бернадзіковська, І.В. Мукоїд наводить класифікацію власного капіталу лише за двома ознаками, зокрема за формою та рівнем відповідальності [3].

М.Ю. Абрамчук, Ю.Г. Гуменна, І.В. Тютюник, П.М. Рубанов [1] для систематизації власного капіталу виділяють три класифікаційні ознаки: за

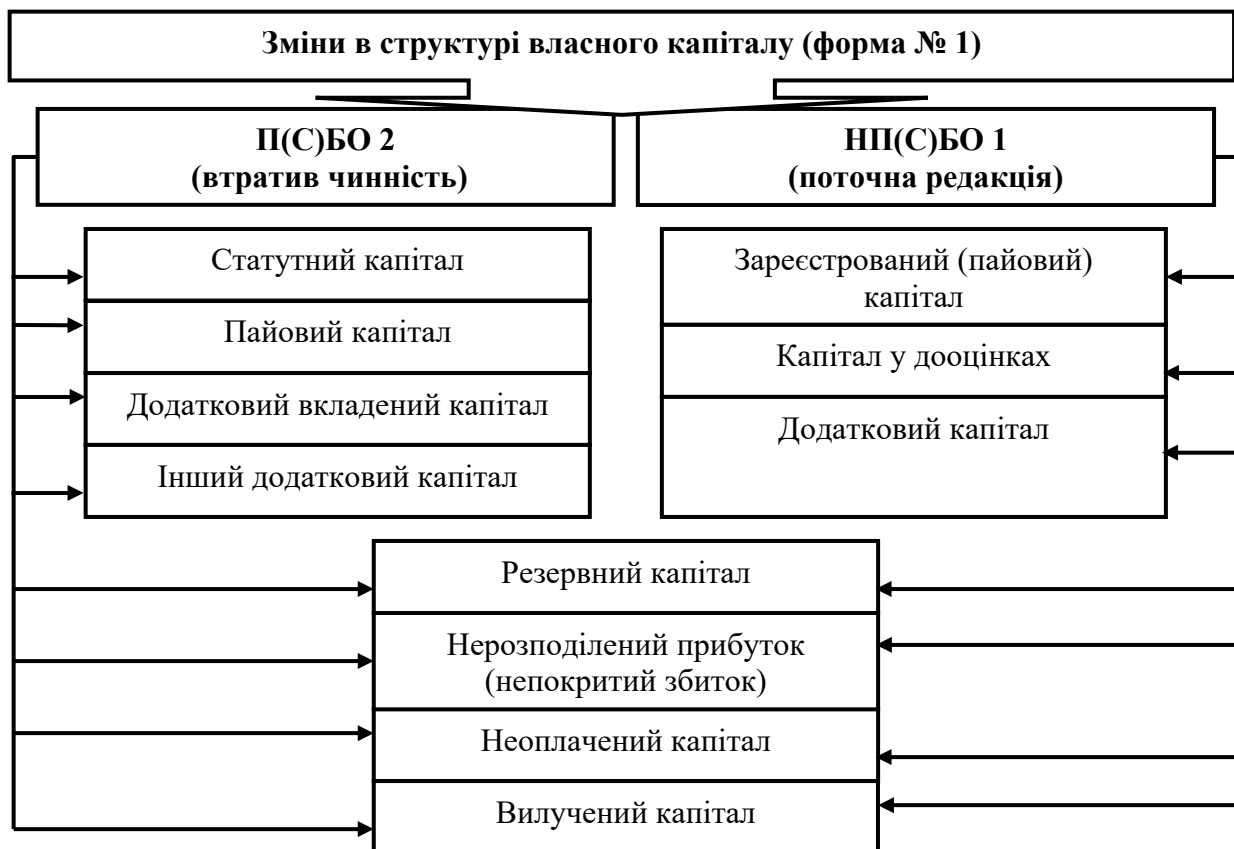


Рис. 1. Зміни в структурі власного капіталу (форма № 1)

Джерело: складено автором на основі [9; 12]

джерелами формування; за ступенем фіксації та за критерієм персоніфікації.

Через відсутність єдиної думки щодо класифікацій власного капіталу запропоновано узагальнену класифікацію власного капіталу: за джерелами формування (вкладений та накопичений); за ступенем фіксації (зареєстрований та незареєстрований); за формою інвестування (власний капітал у грошовій, матеріальній та нематеріальній формі); за національною належністю власників капіталу, які надають його в господарське використання (національний (вітчизняний) та іноземний); за

національним (вітчизняний) та іноземний); за

Таблиця 3

Узагальнення поглядів науковців щодо класифікації власного капіталу

	А. О. Фагенок-Ткачук	О. Лаврик	Л.О. Бернадзіковська, І.В. Мукоїд	О.В. Зінченко, Г.О. Армаш	М.Ю. Абрамчук, Ю.Г. Гуменна, І.В. Тютюнник, П.М. Рубанов
За джерелами формування	+	+		+	+
За належністю господарському товариству		+			
За формою інвестування (надходження)		+			
За ступенем оплати		+			
За резидентністю засновників		+			
За ступенем мобільності		+			
За ефективністю результату діяльності господарського товариства		+			
За характером використання власниками господарського товариства		+			
За формами			+	+	
За рівнем відповідальності			+	+	
За ступенем фіксації					+
За критерієм персоніфікації					+

Джерело: складено автором на основі [1; 3; 5; 7; 15]

Таблиця 4

Деякі зміни в Законі України «Про акціонерні товариства»

№ з/п	Закон України «Про акціонерні товариства» (Закон втратив чинність на підставі Закону № 2465-IX від 27.07.2022)	Закон України «Про акціонерні товариства» (поточна редакція)
Зміни у мінімальному розмірі статутного капіталу АТ		
1	1250 мінімальних заробітних плат (розділ III, ст. 14)	200 розмірів мінімальної заробітної плати (розділ III, ст. 16)
Зміни у розмірах пакетів акцій		
2	Розділ I, ст. 2	Розділ I, ст. 2
	домінуючий контрольний пакет акцій — пакет у розмірі 95 і більше % простих акцій АТ	домінуючий контрольний пакет акцій — пакет у розмірі більше 95% простих акцій АТ
	значний контрольний пакет акцій — пакет у розмірі 75 і більше % простих акцій ПАТ	значний контрольний пакет акцій — пакет у розмірі більше 75 % простих акцій ПАТ
	контрольний пакет акцій — пакет у розмірі 50 і більше % простих акцій АТ	контрольний пакет акцій — пакет у розмірі більше 50 % простих акцій АТ

Джерело: складено автором на основі [13]

організаційно — правовою формою діяльності; за відповідністю правовим нормам використання (легальний та «тіньовий»).

Однією з складових власного капіталу є статутний капітал. Порядок формування статутного капіталу акціонерного товариства (АТ) регулюється Законом України «Про акціонерні товариства». Серед великої кількості змін, що зазнало регулювання АТ з 01.01.2023 року, варто звернути увагу на зміни у мінімальному розмірі статутного капіталу АТ та у розмірі пакетів акцій (табл. 4).

Дані табл. 4 свідчать, що значно зменшено мінімальний розмір статутного капіталу АТ та відбулися зміни в розмірах пакетів акцій.

Для об'єктивної оцінки ефективності діяльності підприємств необхідно застосування сучасних

методик обліку власного капіталу. На підставі дослідження наукової літератури узагальнено пропозиції з удосконалення обліку власного капіталу (рис. 2).

Висновки. Сучасні тренди диктують нові вимоги щодо забезпечення достовірності, якості, оперативності інформації, що публікується у фінансовій звітності підприємств. У цих умовах власний капітал, як об'єкт у системі обліку та управління, заслуговує окремої уваги, оскільки інформація про нього виступає в якості бази для прийняття ефективних управлінських рішень різними користувачами.

На підставі дослідження визначено, що облік капіталу за діючими нормативно-правовими актами містить деякі недоліки в теоретичному плані,

Пропозиції з удосконалення обліку власного капіталу		
Прийняти спеціальний НП(С)БО «Власний капітал»		
Рахунки 45 та 46 перейменувати й перенести їх у клас 6, включити до складу рахунка 67 відповідно як субрахунки 673 «Розрахунки за вилученим капіталом» та 674 «Розрахунки за неоплаченим капіталом»		
Ввести в структуру I розділу пасиву довідкові статті: «Основний капітал» та «Оборотний капітал»		
Виділити рахунок 41 «Незарєєстровані внески інвесторів (власників)» для обліку додаткового вкладеного засновниками капіталу та додаткового пайового капіталу		
«Капітал у дооцінках» відображати на рахунках обліку додаткового капіталу та у складі додатково набутого капіталу, для цього змінити назву рахунку 42 на «Додатково набутий капітал»		
ввести аналітичні рахунки	до субрахунку 443	443.1 «Прибуток, використаний для виплати дивідендів»
		443.2 «Прибуток, використаний для поповнення зарєєстрованого капіталу»
		443.3 «Прибуток, використаний для поповнення резервного капіталу»
	до субрахунку 451	451.1 «Акції, вилучені з метою анулювання»
		451.2 «Акції, вилучені з метою перепродажу»
	до субрахунку 452	452.1 «Частки, вилучені з метою анулювання»
452.2 «Частки, вилучені з метою перепродажу»		

Рис. 2. Пропозиції з удосконалення обліку власного капіталу

Джерело: узагальнено автором на основі [2; 4; 8]

що призводить до недостовірності практичного обліку на підприємстві, тому виникає необхідність усунути ці недоліки виходячи з економічної сутності власного капіталу як об'єкта бухгалтерського обліку.

У результаті проведеного дослідження запропоновано узагальнену класифікацію власного капіталу: за джерелами формування; за ступенем

фіксації; за формою інвестування; за національною належністю власників капіталу, які надають його в господарське використання; за організаційно — правовою формою діяльності; за відповідністю правовим нормам використання, яка надасть змогу внутрішнім та зовнішнім користувачам отримувати різнобічну інформацію про складові власного капіталу.

Література

1. Абрамчук М.Ю., Гуменна Ю.Г., Тютюнник І.В., Рубанов П.М. Фінансовий облік: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2018. 395 с.
2. Безкоровайна Л.В. Особливості обліку власного капіталу на підприємствах. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 4. С. 950–954.
3. Бернадзіковська Л.О., Мукоїд І.В. Особливості формування власного капіталу підприємства у вітчизняній та міжнародній економіці. URL: <https://www.sworld.com.ua/index.php/economy-411/business-economics-and-production-management-411/11299-411-1069>
4. Железняк Н.В. Облік і аналіз формування власного капіталу сільськогосподарських підприємств [Текст]: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09 / Наталія Володимирівна Железняк. Тернопіль: ТНЕУ, 2013. 193 с.
5. Зінченко О.В., Армаш Г.О. Економічна сутність та класифікація власного капіталу: обліковий аспект. Інфраструктура ринку. 2017. Вип. 5. С. 200–205.
6. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291 (із змінами). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text> (дата звернення 01.01.2023)
7. Лаврик О. Формування власного капіталу та його значення у фінансовій діяльності суб'єкта господарювання. Економічний аналіз. 2021. Том 31. № 1. С. 296–305.
8. Назарова І. Сутність та структуризація власного капіталу для потреб обліку. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2017. Вип. 3. С. 117–126.
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73 (із змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення 01.01.2023)
10. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 25 «Спрощена фінансова звітність»: Наказ Міністерства фінансів України від 25.02.2000 № 39 (із змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text> (дата звернення 01.01.2023)
11. Погріщук Г.Б., Волощук Р.Є. Власний капітал підприємства: сутність і особливості формування в Україні. Економіка та держава. 2020. № 7. С. 16–23.
12. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс»: Наказ Міністерства фінансів України від 31.03.1999 № 87 (втратив чинність). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0396-99#Text> (дата звернення 01.01.2023)
13. Про акціонерні товариства: Закон України від 27.07.2022 № 2465-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text> (дата звернення 01.01.2023)
14. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV (із змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення 01.01.2023)
15. Фатенок-Ткачук А.О. Фінансовий облік II: конспект лекцій / А.О. Фатенок-Ткачук; Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, факультет економіки та управління. Луцьк, 2018. 162 с.
16. Шура Н.О., Шагило М.В. Європейський погляд на категорію «власний капітал» підприємства та його складові. Агросвіт. 2015. № 7. С. 50–54.

References

1. Abramchuk M. Iu., Humenna Yu.H., Tiutiunyk I. V., Rubanov P. M. Finansovyi oblik: konspekt lektsii. Sumy: Sumskiy derzhavnyi universytet, 2018. 395 s.

2. Bezkorovaina L.V. Osoblyvosti obliku vlasnoho kapitalu na pidpriumstvakh. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. 2015. Vyp. 4. S. 950–954.
3. Bernadzikovska L.O., Mukoid I.V. Osoblyvosti formuvannia vlasnoho kapitalu pidpriumstva u vitchyzniani ta mizhnarodnii ekonomitsi. URL: <https://www.sworld.com.ua/index.php/economy-411/business-economics-and-production-management-411/11299-411-1069>
4. Zhelezniak N.V. Oblik i analiz formuvannia vlasnoho kapitalu silskohospodarskykh pidpriumstv [Tekst]: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.09 / Nataliia Volodymyrivna Zhelezniak. Ternopil: TNEU, 2013. 193 s.
5. Zinchenko O.V., Armash H.O. Ekonomichna sutnist ta klasyfikatsiia vlasnoho kapitalu: oblikovyi aspekt. Infrastruktura rynku. 2017. Vyp. 5. S. 200–205.
6. Instruksii pro zastosuvannia Planu rakhunkiv bukhhalterskoho obliku aktyviv, kapitalu, zoboviazan i hospodarskykh operatsii pidpriumstv i orhanizatsii: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 30.11.1999 № 291 (iz zminamy). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text> (date of application 01.01.2023)
7. Lavryk O. Formuvannia vlasnoho kapitalu ta yoho znachennia u finansovii diialnosti subiekta hospodariuvannia. Ekonomichnyi analiz. 2021. Tom 31. № 1. S. 296–305.
8. Nazarova I. Sutnist ta strukturyzatsiia vlasnoho kapitalu dlia potreb obliku. Visnyk Ternopil'skoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu. 2017. Vyp. 3. S. 117–126.
9. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 1 «Zahalni vymohy do finansovoi zvitnosti»: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 07.02.2013 № 73 (iz zminamy ta dopovnenniamy). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (date of application 01.01.2023)
10. Natsionalne polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 25 «Sproshchena finansova zvitnist»: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 25.02.2000 № 39 (iz zminamy ta dopovnenniamy). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text> (date of application 01.01.2023)
11. Pohrishchuk H.B., Voloshchuk R. Ie. Vlasnyi kapital pidpriumstva: sutnist i osoblyvosti formuvannia v Ukraini. Ekonomika ta derzhava. 2020. № 7. S. 16–23.
12. Polozhennia (standart) bukhhalterskoho obliku 2 «Balans»: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 31.03.1999 № 87 (vtratyv chynnist). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0396-99#Text> (date of application 01.01.2023)
13. Pro aktsionerni tovarystva: Zakon Ukrainy vid 27.07.2022 № 2465-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text> (date of application 01.01.2023)
14. Pro bukhhalterskyi oblik ta finansovu zvitnist v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 16.07.1999 № 996-XIV (iz zminamy ta dopovnenniamy). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (date of application 01.01.2023)
15. Fatenok-Tkachuk A.O. Finansovyi oblik II: konspekt leksii / A.O. Fatenok-Tkachuk; Skhidnoievrop. nats. un-t im. Lesi Ukrainky, fakultet ekonomiky ta upravlinnia. Lutsk, 2018. 162 s.
16. Shura N.O., Shatylo M.V. Yevropeyskyi pohliad na katehoriuu «vlasnyi kapital» pidpriumstva ta yoho skladovi. Ahrosvit. 2015. № 7. S. 50–54.

Кожухівська Раїса Борисівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет садівництва*

Kozhukhivska Raisa

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
Uman National University of Horticulture*
ORCID: 0000-0003-4066-4170

Саковська Олена Миколаївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет садівництва*

Sakovska Olena

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business
Uman National University of Horticulture*
ORCID: 0000-0003-2676-6170

Лементовська Валентина Анатоліївна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу
Уманський національний університет садівництва*

Lementovska Valentyna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Marketing
Uman National University of Horticulture*
ORCID: 0000-0003-4086-309X

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8555

**СІЛЬСЬКИЙ (ЗЕЛЕНИЙ) ТУРИЗМ ЯК ІННОВАЦІЙНА
ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЧЕРКАЩИНІ:
МАРКЕТИНГОВИЙ АСПЕКТ**

**RURAL (GREEN) TOURISM AS AN INNOVATIVE
FORM OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN CHERKASY REGION:
MARKETING ASPECT**

Анотація. У статті проведено аналіз умов створення та реалізації діяльності у сфері сільського (зеленого) туризму на регіональному рівні. Досліджено поняття «сільського (зеленого) туризму» та запропоновано власне визначення дефініції «сільський (зелений) туризм». Зазначено, що ведення туристичного бізнесу на сільських територіях є соціально значущим видом підприємницької діяльності, що сприяє сталому розвитку сільських територій: розвитку інфраструктури, поліпшення якості життя, збільшення доходів місцевого населення, створення робочих місць, підтримки та збереження традицій та культури, збереження екології.

У ході дослідження встановлено, що зайняття підприємницькою діяльністю у сфері сільського (зеленого) туризму є вагомим напрямком територіального розвитку України та альтернативним видом економічної діяльності на селі. Аналіз

умов розвитку сільського (зеленого) туризму на макро- та макрорівнях, дав змогу констатувати факт динамічного розвитку даного виду туристичної діяльності. Зазначено, що сільський (зелений) туризм може виступати як інноваційна форма підприємницької діяльності у сільській місцевості, яка може стати вирішенням багатьох проблем для сільського населення. Провівши територіальний аналіз розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні, визначено регіони (області) в яких даний вид туристичної діяльності набув найбільшого поширення. Результати маркетингового аналізу щодо специфіки ведення бізнесу у сфері сільського (зеленого) туризму на території Черкаської області дали змогу визначити сильні та слабкі сторони туристичного бізнес-середовища та окреслити переваги та недоліки території. Визначено та розглянуто чинники розвитку сільського (зеленого) туризму на Черкащині. Резюмовано, що Черкаська область володіє значним природним та матеріальним ресурсом для розвитку сільського (зеленого) туризму. Проте, існують комплексні проблеми, які перешкоджають розвитку даного виду туризму. Усвідомлення наявної проблематики, зменшення проблемних сторін і посилення конкурентних переваг дасть змогу розвивати сільський (зелений) туризм у регіоні.

Ключові слова: сільський (зелений) туризм, територія, інноваційна діяльність, підприємництво, маркетинг.

Summary. The article analyzes the conditions for establishing and implementing activities in the field of rural (green) tourism at the regional level. The concept of «rural (green) tourism» has been investigated and the author's own definition of «rural (green) tourism» has been proposed. It is stated that running a tourism business in rural areas is a socially significant type of entrepreneurial activity that contributes to the sustainable development of rural areas: infrastructure development, improvement of the quality of life, increase of local population's income, creation of jobs, support and preservation of traditions and culture, environmental protection.

During the investigation, it was found that entrepreneurial activity in the field of rural (green) tourism is an important area of territorial development of Ukraine and an alternative type of economic activity in rural areas. The analysis of the conditions for the development of rural (green) tourism at the micro and macro levels has made it possible to state the fact of the dynamic development of this type of tourism activity. After conducting a territorial analysis of the development of rural (green) tourism in Ukraine, there have been identified the regions (oblasts) where this type of tourism activity has become particularly prevalent. It is mentioned that rural (green) tourism can act as an innovative form of entrepreneurial activity in rural areas, which can be a solution to many problems for the rural population. The results of the marketing analysis regarding the specificity of doing business in the field of rural (green) tourism in Cherkasy region made it possible to identify the strengths and weaknesses of the tourism business environment and to outline the advantages and disadvantages of the territory. The factors of development of rural (green) tourism in Cherkasy region are defined and considered. It is summarized that Cherkasy region possesses a significant natural and material resource for the development of rural (green) tourism. Nevertheless, there are complex problems that impede the development of a given type of tourism. The awareness of existing problems, reduction of problematic aspects and strengthening of competitive advantages will allow the development of rural (green) tourism in the region.

Key words: rural (green) tourism, territory, innovative activity, entrepreneurship, marketing.

Постановка проблеми. Зайняття підприємницькою діяльністю у сфері сільського (зеленого) туризму є вагомим напрямком територіального розвитку України та альтернативним видом економічної діяльності на селі. Науковцями Інституту аграрної економіки, в науковій розробці Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2030 року, серед ключових напрямів територіального розвитку України, окремим пунктом відзначено «Розвиток сільського туризму та рекреаційної сфери на селі» та зазначено, що туризм, в умовах невідомості, є прибутковою та екологічно безпечною галуззю економіки країни [1, с. 28].

Разом з тим, у Концепції стимулювання розвитку підприємництва на сільських територіях до 2030 року окреслено основні проблеми розвитку на селі, серед яких, зокрема, зазначаються й такі проблеми, як «забезпечення розвитку соціально

необхідної, конкурентоспроможної та екологічно безпечної для населення економіки сільського господарства; підтримання екологічної рівноваги з обов'язковим врахуванням збалансованого використання та примноження природних ресурсів сільських територій» [2].

Станом на кінець 2022 року The World Tourism Organization (UNWTO) показники розвитку сільського (зеленого) туризму визначаються на рівні від 10–20% до 30% на рік від загального економічного прибутку, а серед прибуткових статей сфери міжнародного туризму він складає 10–15% [3]. Зазначені показники засвідчують динамічне зростання такого виду економічної діяльності як сільський (зелений) туризм. В даний час в Україні частка сільського (зеленого) туризму становить близько 8% серед усіх видів туризму. Зважаючи на вказане, сільський (зелений) туризм може ста-

ти вирішенням багатьох проблем для сільського населення, яке втратило роботу або було вимушене покинути заняття сільським господарством. Тому можна говорити про те, що сільський (зелений) туризм може виступати як інноваційна форма підприємницької діяльності у сільській місцевості.

Зважаючи на вищезазначену проблематику, вивчення питання щодо умов розвитку та специфіки реалізації підприємницької діяльності у сфері сільського (зеленого) туризму є особливо актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями і проблематикою розвитку туризму, зокрема сфери сільського (зеленого) туризму, його сутністю й особливостями організації, займались багато науковців. Так, Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. сільський туризм розглядають як «форму проведення вільного часу у вигляді стаціонарного відпочинку, тоді як базовою метою екотуризму виступає активне відкриття дикої природи, традицій і культури, їх глибоке пізнання й сприйняття» [4]. «Сільський (зелений) туризм є формою діяльності сільського населення з надання послуг із проживання та харчування на садибі господаря та видом відпочинку міських жителів» — зазначають Рутинський М. Й., Зінько Ю. В. [5]. Автори О. Галич та І. Шевченко сільський зелений туризм розглядають з позиції діяльності фермерського господарства або особистого підсобного господарства [6]. На думку дослідника Пенковського В. під сільським зеленим туризмом слід розуміти ведення підприємницької діяльності на базі сільських агроосель (агросадіб) [7]. Шуканова А., Вішнікіна Л., Федій О. розглядають такий вид туризму «як форму не сільськогосподарського (тобто альтернативного і додаткового по відношенню до основної сільськогосподарської діяльності), а саме рекреаційно-туристичного непрофесійного підприємництва в сільській місцевості, яке органічно поєднується із іншими видами туризму — екологічним, гастрономічним, екстремальним, етнографічним, агротуризмом, подієвим тощо» [8]. Автором Печенюк А. обґрунтовано наукові засади та проблематику розвитку малих підприємств сільського зеленого туризму [9].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз наукових та дослідницько-популярних матеріалів стосовно розвитку туризму, зокрема сфери сільського (зеленого) туризму та діяльності у даному напрямку, дав змогу всебічно оцінити проблему та зробити висновок щодо недостатності вивчення даного питання. Указаний аспект породжує необхідність додаткового вивчення проблематики організації та

ведення туристичної діяльності у сфері сільського (зеленого) туризму на регіональному рівні та проведення більш ґрунтовних досліджень у даному напрямку.

Мета дослідження — аналіз умов створення та реалізації діяльності у сфері сільського (зеленого) туризму на регіональному рівні. Зважаючи на мету, основним завданням дослідження є проведення маркетингового аналізу щодо специфіки ведення бізнесу у сфері сільського (зеленого) туризму на території Черкаської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розгортання системної економічної кризи в Україні зумовлюється загостренням соціально-економічної ситуації в окремих регіонах, наростанням структурних деформацій в економіці та збереженням неефективної моделі організації виробництва. Така ситуація потребує пошуку нової моделі економічного зростання, яка базується на використанні конкурентних переваг регіонів та поєднанні виробничого, наукового та управлінського потенціалу вітчизняної економіки [10, с. 302].

На нашу думку, саме сільський (зелений) туризм, як один з різновидів туристичної діяльності, може стати тією інноваційною формою економічної діяльності на селі, яка зменшить негативний вплив економічних факторів на розвиток територій України.

Ст.ст. 4 та 6 Закону України «Про туризм» сільський зелений туризм визнано «окремим видом туризму, розвиток якого є пріоритетним напрямом державної політики». Даним Законом України «сільський зелений туризм розглядається як одна із послуг, що може надаватися в рамках господарської діяльності особистих селянських господарств» [11].

Сільський (зелений) туризм — це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону [12].

У Проекті Закону України «Про сільський та сільський зелений туризм» під терміном «сільський (зелений) туризм» розуміється «відпочинковий вид сільського туризму, пов'язаний з перебуванням туристів в власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому) будинку або на території особистого селянського (фермерського) господарства. ... Сільський туризм включає в себе елементи інших видів туризму, які передбачають тимчасове перебування туристів

у сільській місцевості (селі), зокрема таких, як сільській зелений туризм і екотуризм» [13].

Ми, загалом погоджуємося з даним визначенням, але вважаємо, що його можна доповнити словами такого змісту «... з можливістю провадження господарської діяльності не з метою отримання прибутку, а для власного використання (споживання)».

Основними передумовами розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні є: наявність великої кількості сільських приватних садиб (в українських селах нараховується 6,3 млн. житлових будинків, майже 10% з яких можуть використовуватися для прийому туристів); у сільській місцевості велика частка незайнятого або частково зайнятого працездатного населення (лише близько 10% працездатного населення працює в агропробничій сфері за трудовими угодами); наявність готової до реалізації сільгосппродукції, 2/3 якої виробляється у приватних особистих селянських господарствах [14, с. 90].

Реалізація туристичного бізнесу на сільських територіях є соціально значущим видом підприємницької діяльності, що сприяє сталому розвитку сільських територій: розвитку інфраструктури, поліпшення якості життя, збільшення доходів місцевого населення, створення робочих місць, підтримки та збереження традицій та культури, збереження екології.

З огляду на взаємозв'язок туризму та екології впливає, що вони один без одного існувати не можуть, тому що природні ресурси входять до складу туристичних ресурсів нарівні з іншими складовими туристичного бізнесу, такі як капітал, технології, кадри. Водночас, не можна не приймати рішучих заходів, спрямованих на запобігання шкоди природі у процесі туристичної діяльності. Адже відмова від туризму призведе до економічних втрат, а ігнорування пов'язаного

з ним екологічного аспекту спричинить за собою руйнацію природного середовища, що для соціуму часом має набагато більші наслідки, ніж одержання державним бюджетом надходжень від туристичної діяльності [15, с. 47].

Ключовою ресурсною складовою сільського (зеленого) туризму є територія сільської місцевості з усіма об'єктами туристичної інфраструктури. Об'єкти туристичної інфраструктури можна поділити на два типи: об'єкти показу (пам'ятки архітектури, будівлі, історичні артефакти, ландшафти, природні комплекси, етнографічні об'єкти, промисли та ремесла тощо) та об'єкти дозвілля (заклади харчування, ночівлі, відпочинку, місцева кухня, події культури та мистецтва), що знаходяться у цій місцевості. Загалом, можна сказати, що до інфраструктурних об'єктів сфери сільського (зеленого) туризму відноситься все те, що можна побачити та відвідати під час подорожі та відпочинку у сільській місцевості.

Провівши територіальний аналіз розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні, нами визначено регіони (області) в яких даний вид туристичної діяльності набув найбільшого поширення (рис. 1).

Варто зазначити, що за даними Співки сільського зеленого туризму України, загальна кількість садиб, що на сьогодні вже надають послуги у сфері сільського (зеленого) туризму становить понад 1500 осель [16].

Для проведення більш детального аналізу розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні, авторами було обрано територію Черкаської області, оскільки на дана територія володіє потужною туристично-рекреаційною базою, що робить можливим розвивати різні види туристичної діяльності.

В основі аналізу використано Звіт з виконання Програми розвитку туризму в Черкаській області 2018–2020. Так, зокрема у Звіті зазначено, що

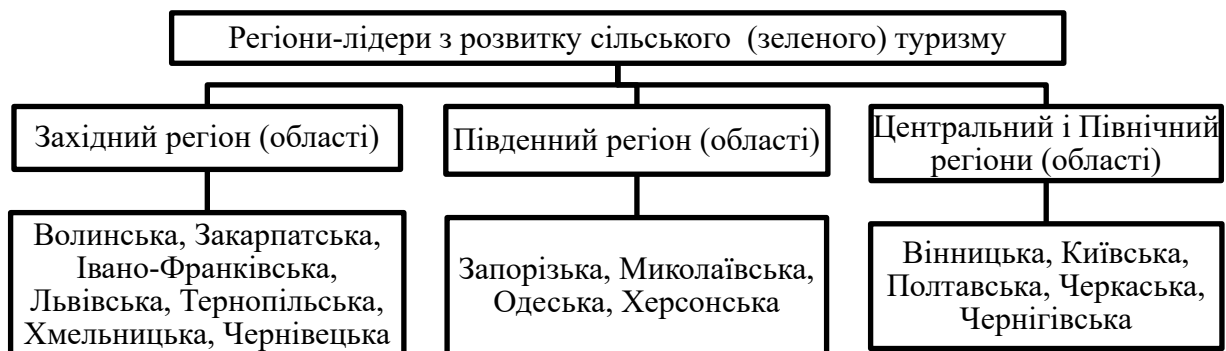


Рис. 1. Регіони-лідери з розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні

Джерело: складено авторами на основі проведеного дослідження

«У Черкаській області туристичною діяльністю займаються близько 250 суб'єктів підприємницької діяльності, з яких 20 здійснюють діяльність туристичних операторів. За останні роки їх кількість збільшилася, що свідчить про перспективи розвитку туристичної галузі, попит на туристичні послуги та підтримку підприємницької ініціативи. В області функціонує більше 120 колективних

засобів розміщення, понад 900 закладів ресторанного господарства та 2 туристично-інформаційні центри, 9 національних та державних історико-культурних і природних заповідників, а також Національний дендрологічний парк «Софіївка» [17].

«На Черкащині все більшої популярності серед туристів набуває сільський зелений туризм. У регіоні здійснюють свою діяльність 45 садиб.

Таблиця 1

SWOT-аналіз туристичної галузі Черкаської області

Сильні сторони:	Слабкі сторони:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Сприятливі природні умови та історія краю. 2. Значна кількість унікальних об'єктів історико-культурної спадщини та природно-заповідного фонду. 3. Наявність культурно-історичних місць на території області. 4. Порівняно низька забрудненість території токсичними відходами. 5. Відносно доступний рівень цін в закладах громадського харчування та центрах надання туристичних послуг. 6. Наявність історичних місць, які дозволяють створювати туристичні маршрути. 7. Наявність санаторіїв, санаторіїв-профілакторіїв, баз відпочинку тощо. 8. Можливість реалізації інноваційних форм туристичної діяльності. 9. В області діють громадські організації, робота яких спрямована на захист культурної та історичної спадщини. 10. Готовність місцевого населення до ведення туристичного бізнесу. 11. Збережені сільські традиції, культура, етнографічна спадщина. 12. Черкащина — це територія численних фестивалів та масових заходів, орієнтованих на туриста. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Незадовільний стан автомобільних доріг. 2. Використання не в повній мірі потенціалу аеро та річкових портів. 3. Низький рівень маркетингу туристичної галузі в області. 4. Незначний досвід у залученні інвестицій. 5. Слабка диверсифікація підприємств туристичної галузі. 6. Задовільна інноваційна активність суб'єктів надання туристичних послуг. 7. Недостатня кількість кваліфікованих кадрів у сфері надання туристичних послуг. 8. Недостатня популяризація Черкащини як туристичного центру в Україні та за кордоном. 9. Обмежена кількість пропозицій для туристів. 10. Незручність пересування областю (слабко розвинена транспортна інфраструктура) 11. Недостатня взаємодія суб'єктів туристичного ринку області. 12. Незадовільний стан багатьох історико-культурних пам'яток. 13. Неналежний рівень надання послуг об'єктами індустрії гостинності. 14. Недостатність якісної інформації щодо туристичної привабливості області. 15. Низький рівень розвитку туристичної інфраструктури, в т.ч. і для осіб з інвалідністю та особливими потребами. 16. Недостатня кількість туристичного забрендowanego товару. 17. Відсутність електрофікації залізничного сполучення та потягів підвищеного комфорту
Можливості:	Загрози:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток транспортного сполучення: річкового, повітряного, автомобільного та залізничного. 2. Розвиток міжнародної співпраці в економічній та культурній сферах. 3. Створення інституційних умов для розвитку територій і територіальних громад. 4. Реалізація інвестиційних проектів на умовах співфінансування із державного бюджету, за коштів ДФРР, та коштів ЄС. 5. Передача земель за межами населених пунктів у власність ОТГ, які можуть бути використані для розвитку туристичної інфраструктури. 6. Продовження реформ в Україні сприятиме покращенню бізнес-клімату. 7. Ріст популярності туризму, в т.ч. сільського (зеленого) та ін.. 8. Зростання зацікавленості іноземних інвесторів до області завдяки продовженню євроінтеграційних процесів та відродженню економіки. 9. Розвиток міжнародних транспортних коридорів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабільна економічна і політична ситуація в Україні. 2. Погіршення умов фінансування і кредитування. 3. Подальше погіршення стану туристичної інфраструктури. 4. Недостатність фінансування історичних та архітектурних пам'яток. 5. Тіньовий туристичний бізнес. 6. Обмежене бюджетне фінансування. 7. Втрата кадрового потенціалу (пов'язано з військовими діями), введення безвізу з країнами ЄС. 8. Невідповідності рівня розвитку туристичної індустрії наявному потенціалу. При цьому необхідно розуміти, що область у цій сфері конкурує з іншими областями, в першу чергу сусідніми. І перемога у цій конкурентній боротьбі значною мірою залежатиме від ефективності взаємодії всіх зацікавлених сторін.

Джерело: складено на основі аналізу даних [17]

Альтернативним шляхом розвитку зеленого туризму у регіоні є створення мережі тематичних селищ, що дозволяє урізноманітнити туристичний продукт регіону та привабити ще більше туристів у сільську місцевість. Ідея створення тематичних сіл активно впроваджується на Черкащині. Такі бізнес ідеї вже застосовуються у 14 селах регіону» [17].

Туризм відіграє значну роль у створенні нових робочих місць, особливо у сільській місцевості. Існує позитивна динаміка щодо кількісних показників закладів тимчасового розміщення, зокрема сільських зелених садиб, а отже, щороку відкриваються нові туристичні інфраструктурні об'єкти. Якщо у 2011 році закладів тимчасового розміщення нараховувалось 65, а зелених садиб — 21, у 2012 році їх кількість збільшилась до 69 та, відповідно, — 27, то у 2013 році — 72 заклади розміщення та 32 зелені садиби, середня завантаженість яких (за інформацією власників) складає 60% [18].

У регіоні здійснюють свою діяльність 34 агросадиби, головним завданням яких є: надання послуг відпочинку для жителів міст та ознайомлення іноземних туристів із традиціями та побутом місцевого населення; можливість пожити у справжній сільській хаті з дотриманням усіх традицій сільської місцевості; екологічний та здоровий відпочинок на природі; чисте повітря, сонце, водні джерела; екологічні продукти харчування; страви української національної кухні; проста і затишна родинна атмосфера; майстер-класи з народних ремесел; риболовля, полювання, пікнік; водні та кінні прогулянки.

Найрозвиненішими в напрямку розвитку сільського (зеленого) туризму є Смілянський (8 садиб), Черкаський (6 садиб) та Канівський (6 садиб) райони [18].

Розглядаючи подальші можливості та умови розвитку сільського (зеленого) туризму в Черкаській області, варто проаналізувати зовнішнє та внутрішнє середовище здійснення бізнес-діяльності у даному напрямку. Провести аналіз можна за допомогою визначення сильних і слабких сторін бізнес-середовища та окреслення переваг та недоліків території (табл. 1).

Отже, зважаючи на визначені у SWOT-аналізі туристичної галузі Черкаської області дані, можна сказати, що розвиток сільського (зеленого) туризму в даному регіоні, залежить від багатьох чинників. Узагальнюючи їх можна поділити на: соціальні, політико-правові, економічні, моральні та екологічні. Так, соціальні чинники характеризуються: «зниженням порогу бідності»; підвищенням рівня зайнятості населення; розвитком

супутніх туристичній сфері, інфраструктур. До політико-правових варто віднести: удосконалення нової нормативно-правової бази, що регулює туристичну галузь в регіоні; розширення повноважень органів, що контролюють діяльність у сфері туризму; розвиток інститутів місцевого самоврядування та становлення політичної стабільності в регіоні. Економічні чинники характеризуються показниками доходів населення; доступністю житлового фонду; підвищенням рівня конкурентоспроможності економіки регіону; зниженням показника рівня безробіття; наявністю фахових працівників; розвитком малого підприємництва, тощо. Екологічні чинники визначаються рівнем відповідності правових норм, що регулюють екологічну безпеку регіону до можливостей збереження навколишнього середовища. Моральні: збереження, вивчення, відтворення територіальної культурної спадщини, місцевих традицій, тощо.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Туризм — комплексна галузь економіки, яку слід розглядати як: сферу різноманітних послуг; сектор внутрішнього і міжнародного туризму; вид підприємницької діяльності в сільській місцевості; розвиток сільського (зеленого) туризму передбачає також і рішення ряду економічних, екологічних і соціальних проблем в приймаючому регіоні. Крім того, сільський (зелений) туризм, як сфера послуг в сільській місцевості, істотно змінює систему економічних відносин не тільки між жителями села, але також і між ними і туристами. Отже, сільський (зелений) туризм має інтегруючий вплив на розвиток сільських територій, раціональне використання їх ресурсного потенціалу, стимулює розвиток особистих селянських домогосподарств, розширюючи попит на екологічно чисті продукти харчування, та в цілому на вирішення соціально-економічних проблем сільських територій.

SWOT-аналіз дав змогу резюмувати, що Черкаська область володіє значний природним та матеріальним ресурсом для розвитку сільського (зеленого) туризму. Проте, беззаперечним є факт комплексних проблем у сфері даного виду туризму, які перешкоджають його розвитку. Усвідомлення наявної проблематики, зменшення проблемних сторін і посилення конкурентних переваг дасть змогу розвивати сільський (зелений) туризм у регіоні.

Отже, сільський (зелений) туризм — нова сфера діяльності і наукових досліджень, в якій простежується взаємодія напрямків як економічного, так і неекономічного характеру, як світового,

так і національного рівнів. Розвиток сільського (зеленого) туризму на окремій території сприятиме загальному розвитку країни в цілому. Тому,

перспективи подальших досліджень, вбачаються нами у комплексному інноваційному та технологічному розвитку даного виду туризму.

Література

1. Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Булавка О.Г. Стратегічні напрями сталого розвитку сільських територій на період до 2030 року. К.: ННЦ ІАЕ, 2020. 60 с.
2. Концепція стимулювання розвитку підприємництва на сільських територіях до 2030 року. Проект розпорядження КМУ від 22 вересня 2021. Міністерство аграрної політики України 2019–2022. URL: <https://minagro.gov.ua/npa/pro-shvalennya-konceptsiyi-stimulyvannya-rozvitku-pidpriyemnictva-na-silskih-teritoriyah-do-2030-roku> (дата звернення: 30.01.2023).
3. Tourism Industries 2021 or latest available year. The World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (дата звернення: 30.01.2023).
4. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.
5. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм. К.: Знання, 2006. 271 с.
6. Галич О., Шевченко І. Зелений туризм: сутність та перспективи розвитку на Полтавщині. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Сер.: Економічні науки. 2010. Вип. 1. Т. 1. С. 38–45.
7. Пеньковський В.С. Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму: дис. ... канд. екон. наук. Полтава, 2017. 229 с.
8. Шуканова А.А., Вішнікіна Л.П., Федій О.А. Сільський туризм та його геопросторова організація на Полтавщині. Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Сер.: Міжнародні відносини. Економіка краєзнавство. Туризм. 2020. Вип. 12. С. 261–271.
9. Печенюк А.П. Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму: дис. ... канд. екон. наук. Кам'янець-Подільський, 2018. 225 с.
10. Kozhukhivska R., Parubok N., Petrenko N., Podzihun S. and Udoenko I. Methods of assessment of efficiency of creating regional innovative clusters for dynamic development of economics. Investment Management and Financial Innovations. 2017. 14(3). P. 302–312. doi: 10.21511/imfi.14(3-2).2017.01
11. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 30.01.2023).
12. Діяльність у сфері сільського зеленого туризму. Поняття «сільський зелений туризм». URL: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/Діяльність_у_сфері_сільського_зеленого_туризму (дата звернення: 30.01.2023).
13. Проект Закону про сільський та сільський зелений туризм. Верховна Рада України, № 5206 від 05.03.2021. Офіційний веб-портал. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71321 (дата звернення: 30.01.2023).
14. Новикова В.І. Сільський (зелений) туризм: можливості розвитку в Україні, поширення на Черкащині. Матеріали I Всеукраїнської Інтернет-конференції «Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України». (м. Черкаси, 17 травня 2016 р.). Черкаси: Ю.А. Чабаненко, 2016. С. 89–92. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/novykova6.htm
15. Саковська О.М., Кожухівська Р.Б. Організаційні засади та проблематика розвитку екотуризму як перспективного виду туристичної діяльності в Україні. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер.: «Економічні науки»,. 2021. Вип. 2(46). Т. 2. С. 44–50.
16. Спілка сільського зеленого туризму України. Офіційний сайт. URL: <https://www.greentour.com.ua> (дата звернення: 30.01.2023).
17. Звіт з виконання Програми розвитку туризму в Черкаській області 2018–2020. URL: <https://kammiskrada.gov.ua/wp-content/uploads/2021/07/По-програмі-розвитку-туризму-у-2018-2020-pp-1.pdf>
18. Черкащина туристична. Черкаська обласна державна адміністрація. Офіційний портал. URL: <https://ck-oda.gov.ua/turyzm-oblasne-dochirnje-pidpryjemstvo/> (дата звернення: 30.01.2023).

References

1. Lupenko Yu.O., Malik M.I., Bulavka O.H. *Stratehichni napriamy staloho rozvytku silskykh terytorii na period do 2030 roku*. K.: NNTs IAE, 2020. 60 s.
2. *Kontseptsiia stymuliuvannya rozvytku pidpriemnytstva na silskykh terytoriiakh do 2030 roku*. Proiekt rozporiadzhennia KМУ vid 22 veresnia 2021. Ministerstvo ahrarynoi polityky Ukrainy 2019–2022. URL: <https://minagro.gov.ua/npa/pro-shvalennya-koncepciyi-stimulyuvannya-rozvitku-pidpriemnytstva-na-silskih-teritoriyah-do-2030-roku> (data zvernennia: 30.01.2023).
3. *Tourism Industries 2021 or latest available year*. The World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (data zvernennia: 30.01.2023).
4. Horishevskiy P., Vasyliev V., Zinko Yu. *Silskyi zelenyi turyzm: orhanizatsiia nadannia posluh hostynnosti*. Ivano-Frankivsk: Misto NV, 2003. 148 s.
5. Rutynskiy M.I., Zinko Yu.V. *Silskyi turyzm*. K.: Znannia, 2006. 271 s.
6. Halych O., Shevchenko I. *Zelenyi turyzm: sutnist ta perspektyvy rozvytku na Poltavshchyni*. Naukovi pratsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarynoi akademii. Ser.: Ekonomichni nauky. 2010. Vyp. 1. T. 1. S. 38–45.
7. Penkovskiy V.S. *Formuvannya ta rozvytok hospodarstv silskoho zelenoho turyzmu: dys. ... kand. ekon. nauk*. Poltava, 2017. 229 s.
8. Shukanova A.A., Vishnikina L.P., Fedii O.A. *Silskyi turyzm ta yoho heoprostorova orhanizatsiia na Poltavshchyni*. Visnyk KhNU im. V.N. Karazina. Ser.: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika kraieznavstvo. Turyzm. 2020. Vyp. 12. S. 261–271.
9. Pecheniuk A.P. *Formuvannya stratehii rozvytku silskoho zelenoho turyzmu: dys. ... kand. ekon. nauk*. Kamianets-Podilskiy, 2018. 225 s.
10. Kozhukhivska R., Parubok N., Petrenko N., Podzihun S. and Udovenko I. *Methods of assessment of efficiency of creating regional innovative clusters for dynamic development of economics*. *Investment Management and Financial Innovations*. 2017. 14(3). R. 302–312. doi: 10.21511/imfi.14(3-2).2017.01
11. *Zakon Ukrainy «Pro turyzm»*. Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR). 1995. № 31. St. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (data zvernennia: 30.01.2023).
12. *Diialnist u sferi silskoho zelenoho turyzmu*. Poniattia «silskyi zelenyi turyzm». URL: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/Diialnist_u_sferi_silskoho_zelenoho_turyzmu (data zvernennia: 30.01.2023).
13. *Proekt Zakonu pro silskyi ta silskyi zelenyi turyzm*. Verkhovna Rada Ukrainy, № 5206 vid 05.03.2021. Ofitsiyniy veb-portal. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71321 (data zvernennia: 30.01.2023).
14. Novykova V.I. *Silskyi (zelenyi) turyzm: mozhlyvosti rozvytku v Ukraini, poshyrennia na Cherkashchyni*. Materialy I Vseukrainskoi Internet-konferentsii «Rekreatsiini resursy ta posluhy hostynnosti v rehionakh Ukrainy». (m. Cherkasy, 17 travnia 2016 r.). Cherkasy: Yu.A. Chabanenko, 2016. S. 89–92. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/novykova6.htm
15. Sakovska O.M., Kozhukhivska R.B. *Orhanizatsiini zasady ta problematyka rozvytku ekoturizmu yak perspektyvnoho vydu turystychnoi diialnosti v Ukraini*. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka»*. Ser.: «Ekonomichni nauky»,. 2021. Vyp. 2(46). T.2. S. 44–50.
16. *Spilka silskoho zelenoho turyzmu Ukrainy*. Ofitsiyniy sait. URL: <https://www.greentour.com.ua> (data zvernennia: 30.01.2023).
17. *Zvit z vykonannya Prohramy rozvytku turyzmu v Cherkaskii oblasti 2018–2020*. URL: <https://kammiskrada.gov.ua/wp-content/uploads/2021/07/Po-prohrami-rozvytku-turyzmu-u-2018-2020-rr-1.pdf>
18. *Cherkashchyna turystychna*. Cherkaska oblasna derzhavna administratsiia. Ofitsiyniy portal. URL: <https://ck-oda.gov.ua/turyzm-oblasne-dochirnje-pidprijemstvo/> (data zvernennia: 30.01.2023).

Варцаба Віра Іванівна

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів і банківської справи
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Vartsaba Vira

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Department of Finance and Banking
Uzhhorod National University
ORCID: 0000-0001-8693-8726*

Заславська Ольга Ігорівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів і банківської справи
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

Zaslavska Olha

*PhD in Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Finance and Banking
Uzhhorod National University
ORCID: 0000-0002-6418-9514*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8552

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ІПОТЕЧНОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MORTGAGE LENDING MARKET IN UKRAINE DURING THE WAR

Анотація. У сучасній економіці важливість інституту іпотечного кредитування визначається його першорядним значенням стосовно можливостей вирішення проблеми забезпечення громадян житлом. Іпотека містить у собі значний потенціал розвитку, сприяє підвищенню стабільності та ефективності функціонування банківської системи країни. У статті досліджено основні показники іпотечного кредитування за останні п'ять років, включно з частиною 2022 року задля демонстрації впливу війни на цю сферу банківської діяльності. З'ясовано, що найбільші зміни стосуються частки проблемних іпотечних кредитів у загальному обсязі та суми сформованих резервів. Це сигналізує про поглиблення кризи у іпотечному секторі кредитування. Проаналізовано частки від кількості наданих нових іпотечних кредитів у 2022 році у розрізі регіонів України. Аргументовано, що наразі найбільшою проблемою для безперебійної роботи банків в умовах війни є повернення кредитів позичальниками. Задля більшого розуміння ситуації, що склалася, досліджено обсяги та кількість нових кредитів на житло. Суттєвий стрибок в обсягах та кількості виданих іпотечних кредитів у 2021 році був спричинений впровадженням спеціальної державної програми «Доступна іпотека 7%». Доцільність державних програм щодо субсидування відсоткових ставок на іпотечні кредити обумовлюється їх позитивним впливом на економічну активність у країні. Серед недоліків – обмеженість бюджетних ресурсів, що не дозволяє всім бажаючим скористатися програмою підтримки позичальників. Через війну проблеми розвитку ринку іпотечного кредитування в Україні загострилися, тому державну програму підтримки позичальників було оновлено. З'ясовано, що увесь ланцюг процедур щодо участі у програмі максимально цифровізований і дозволяє автоматично підтягувати необхідні дані про заявника, швидко взаємодіяти з банками, перевірити інформацію та повноту даних, що заощадить час та мінімізує бюрократичні перепони. Таким чином, реалізація діючих іпотечних програм підтримки позичальників у майбутньому матиме довгостроковий позитивний вплив на економіку України.

Ключові слова: банк, іпотека, іпотечний кредит, державна програма, проблемна заборгованість.

Summary. In the modern economy the importance of the institution of mortgage lending is determined by its primary importance in relation to the possibilities of solving the problem of providing citizens with housing. The mortgage contains significant potential for development, contributes to increasing the stability and efficiency of the country's banking system. The article examines the main indicators of mortgage lending for the last five years, including a part of 2022, in order to demonstrate the impact of the war on this area of banking. It was found that the biggest changes concern the share of problematic mortgage loans in the total amount and the amount of reserves formed. This is the signal of the deepening of the crisis in the mortgage lending sector. There were analyzed the shares of the number of new mortgage loans granted in 2022 by region of Ukraine. It is argued that currently the biggest problem for the uninterrupted operation of banks in the conditions of war is the repayment of loans by borrowers. In order to better understand the current situation, the volumes and number of new housing loans were investigated. A significant jump in the volume and number of mortgage loans issued in 2021 was caused by the implementation of the special state program «Affordable mortgage 7%». The feasibility of state programs for subsidizing interest rates on mortgage loans is determined by their positive impact on economic activity in the country. Among the shortcomings is the limitation of budgetary resources, which does not allow everyone who wants to use the borrower support program. Due to the war, the problems of the development of the mortgage lending market in Ukraine have worsened, so the state program of support for borrowers was updated. It was found that the entire chain of procedures for participation in the program is maximally digitized and allows to automatically pull up the necessary data about the applicant, quickly interact with banks, check information and completeness of data, which will save time and minimize bureaucratic obstacles. Thus, the implementation of existing mortgage support programs for borrowers in the future will have a long-term positive impact on the economy of Ukraine.

Key words: bank, mortgage, mortgage loan, state program, non-performing loan.

Постановка проблеми. Кредитна діяльність є однією з істотних ознак, яка характеризує саму сутність комерційного банку. Ефективний розвиток суспільства неможливий без нормального функціонування ринку споживчих та іпотечних кредитів, який функціонує насамперед на основі банківської інфраструктури. Дослідження реального стану та фактичного рівня іпотечного кредитування може бути ключем до розуміння процесів, що мають місце на вітчизняному ринку кредитування житла, а також чинників, що впливають на його розвиток.

Особливість іпотечного кредитування проявляється у тому, що воно може бути як причиною покращення інвестиційного клімату, так і фактором глибокої кризи. Як свідчить практика, у процесі кредитування житла часто виникають проблеми, пов'язані із реалізацією нерухомості, адже вона є низьколіквідним активом. Проте нерухомість як об'єкт такого кредиту має низку переваг, зокрема її вартість не втрачається повністю, а іноді й зростає. Іпотечне кредитування впливає й на реалізацію ризиків банківської діяльності, а тому вимагає від банківських працівників високого рівня кваліфікації задля правильної оцінки кредитоспроможності позичальника, а також вартості нерухомого майна.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання банківського іпотечного кредитування неодноразово порушувалися вітчизняними дослідниками: Н. Внуковою [6], О. Євтухом [7], В. Коваленко [9], А. Марачевською [10], В. Савичем [17], О. Юркевич [21] тощо. Серед зарубіжних

науковці, які займалися вивченням даної проблематики, слід виокремити таких, як: Л. Гудмен [3], А. Дж. Кемпбелл [1], Дж. Келлі [4], С. Коррадин [2], С. Майєрс [4], Ф. Уорнок [5] та інші. Разом із тим важливість проблематики даного дослідження на сучасному етапі розвитку економіки України пов'язано із недостатнім рівнем розробки важелів впливу на ринку нерухомості, низьким рівнем доходів населення, концентрацією проблемних іпотечних кредитів у кредитних портфелях більшості вітчизняних банків. Крім того, значно посилює актуальність теми повномасштабна війна, що триває з лютого 2022 року.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження тенденцій розвитку ринку іпотечного кредитування в Україні та оцінка його функціонування в умовах реалій сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економіці важливість інституту іпотечного кредитування визначається його першорядним значенням стосовно можливостей вирішення проблеми забезпечення громадян житлом. До того ж іпотека містить у собі величезний потенціал розвитку, сприяє підвищенню стабільності та ефективності функціонування банківської системи країни. Все вищезазначене зумовлює необхідність вивчення тенденцій розвитку ринку іпотечного кредитування в Україні протягом останніх років (табл. 1).

Нами досліджено основні показники іпотечного кредитування за п'ять років, включно з частиною 2022 року задля демонстрації впливу війни на цю сферу банківської діяльності.

Таблиця 1

Основні показники розвитку роздрібного іпотечного кредитування
у банківській сфері України у 2018–2022 роках [12; 19]

Показник	2018	2019	2020	2021	III кв. 2022	Темп приросту 2022/2018, %
Іпотечні кредити, надані банками України, млн. грн.	42308	26616	30389	28693	27131	-35,9%
Обсяг заборгованості за іпотечними кредитами, млн. грн.	27566	25238	22478	24582	25863	-6,2%
Частка проблемних іпотечних кредитів у загальному обсязі, %	65,2%	94,8%	74,0%	85,7%	95,3%	-
Сформовані резерви за іпотечними кредитами, млн. грн.	19999	16214	13100	10071	13374	-33,1%
Середньозважена процентна ставка за іпотечними кредитами, %	18,0%	18,5%	12,1%	12,4%	12,6%	-30,0%

Отже, що стосується залишків іпотечних кредитів, наданих банками України, то їх обсяги зменшилися майже на 36%. Слід зауважити, що така тенденція супроводжує ринок кредитування житла протягом останніх п'ятнадцяти років після глобальної фінансової кризи 2008 року. Основними причинами цього є: низька платоспроможність населення, ставки по кредитах, девальвація гривні, через яку переважна більшість позичальників припинили платити за позики завдяки мораторію на стягнення іпотеки, який діяв з 2016-го по 2021 рік включно. Важливим є те, що банки України почали визнавати проблемні іпотечні кредити, збільшуючи рівень їх покриття резервами. Адже, хоча за темпом приросту обсяги заборгованості за кредитами на придбання житла зменшилися на 6,2%, їх частка у кредитному портфелі суттєво зросла і наразі становить понад 95%. Також вагомою зміною стало зменшення вартості таких кредитів на третину: з 18% до 12,6% за середньозваженими ставками.

За час повномасштабної війни відбулися значні зміни у соціально-економічній сфері, що вплинуло й на ринок іпотеки. Як видно з табл. 1, найбільші зміни стосувалися частки проблемних іпотечних кредитів у загальному обсязі та суми сформованих резервів. Так, у порівнянні із 2021 роком ці показники зросли з 10% або 3 млрд. грн. Це сигналізує про поглиблення кризи у іпотечному секторі кредитування.

Задля більшого розуміння ситуації, що склалася, необхідно дослідити обсяги та кількість нових кредитів на житло (рис. 1).

Аналізуючи діаграму, зауважимо, що суттєвий стрибок в обсягах та кількості виданих іпотечних кредитів у 2021 році був спричинений впровадженням спеціальної державної програми, яку

було введено в дію згідно із Постановою КМУ № 63 від 27.01.2021 р. «Деякі питання здешевлення вартості іпотечних кредитів». Надання фінансової державної підтримки в межах іпотечного кредитування реалізується через уповноважені банки Фондом розвитку підприємництва. Так, із березня 2021 року в Україні з'явилася державна програма «Доступна іпотека 7%». Її реалізація протягом часу з моменту введення у дію, як бачимо, значно вплинула на активізацію роботи іпотечного ринку України. Якщо кількість виданих кредитів на житло у 2021 році порівняно із 2020 зросла вдвічі, то за обсягами було надано майже на 5 млрд. грн. позик більше, що засвідчує зростання на 136%.

За вісім місяців 2022 року було видано 1352 нових кредитів на житло на загальну суму 1,1 млрд. грн. До відома, за аналогічний період 2021 року банками України надано 6,5 тисяч іпотечних кредитів обсягом понад 5 млрд. грн. Також зауважимо, що з 1352 позик 1337 (98,9%) банки видали у січні-лютому 2022 року. Навесні іпотечний ринок зупинився повністю, а протягом червня-серпня видано усього 15 нових іпотечних кредитів на 12 млн. грн. загалом, переважну більшість з яких у регіональному розрізі надано позичальникам із західних областей та м. Київ (рис. 2).

Оскільки кількість виданих нових іпотечних кредитів на початку 2022 року та за період повномасштабної війни є неспівмірними величинами, то, на наш погляд, найкраще відобразить ситуацію їх частка у кожному обраному періоді за різними регіонами. Так, якщо у Південному та Східному регіонах у січні-лютому 2022 року було надано 13,4% та 10,9% від загальної кількості кредитів на житло відповідно, то з березня у цих областях не видано жодного іпотечного кредиту.

Зазначені регіони чи не найбільше постраждали від військових дій та тимчасової окупації, тому діяльність банків у деяких із них суттєво загаль-

мувалася навіть щодо найпростіших операцій та послуг. Водночас у 2,5 рази зростає частка наданих іпотечних кредитів у Західному регіоні, лідером

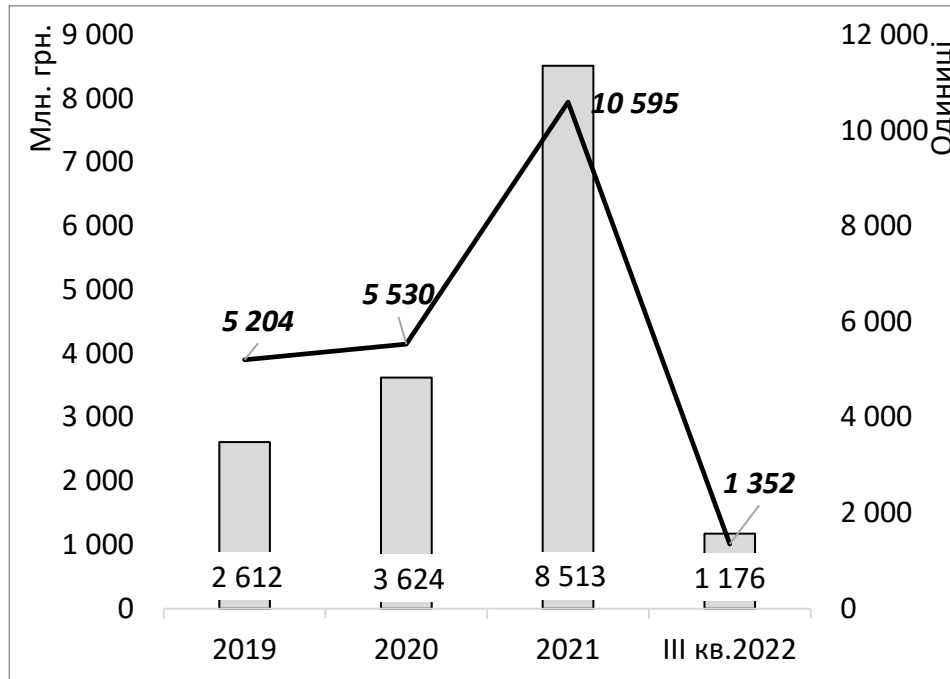


Рис. 1. Обсяги та кількість нових кредитів, наданих банками України у 2019–2022 роках [16]



Рис. 2. Частки від кількості наданих нових іпотечних кредитів у 2022 році у розрізі регіонів України [16]

серед яких у березні-серпні 2022 року була Івано-Франківська область. Північний регіон майже зберіг свою долю в іпотечному кредитуванні (близько 46%). Переважну більшість кредитів на житло надано мешканцям м. Київ та області. Також дещо зросла частка кредитування у Центральному регіоні: з 13,3% до 15,8%. Проте, якщо оцінювати абсолютні показники, то результати є надзвичайно низькими: у Західному регіоні за місяці повномасштабної війни видано 6 іпотечних кредитів на суму 5 млн. грн., у Північному регіоні — 7 кредитів на суму 6,2 млн. грн, 6 кредитів із яких — у Київській області, у Центральному регіоні — 2 іпотечні кредити на суму 0,8 млн. грн. [16].

Чи не найбільшою проблемою для безперервної роботи банків в умовах війни є повернення кредитів позичальниками, адже лише у 2021 році було видано 10,8 тисяч позик на придбання житла на загальну суму 9 млрд. грн. Зауважимо, що лідерами за кількістю оформлених іпотечних договорів опинилися одні з найбільш постраждалих у регіонів — Київська та Харківська області, де оформлено половину нових іпотечних кредитів за підсумками 2021 року. На думку експертів, за таких умов обслуговувати іпотечні кредити зможуть не більше 10% позичальників. Тому у березні 2022 року розроблено і схвалено Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» № 2120 від 15.03.2022 р., який у вказаний період дещо полегшить життя громадянам, які мають несплачені кредити.

Документом встановлено такі правила:

- під час воєнного стану та впродовж 30 днів після його скасування споживачі не будуть нести відповідальності за прострочення кредитних зобов'язань, що також не вплине на їхню кредитну історію;
- клієнтам у цей період не нараховуватимуть штрафи, пені або інші платежі;
- штрафи, нараховані з 24 лютого 2022 року, підлягають списанню;
- банкам забороняється збільшувати відсоткову ставку за користування кредитом у разі невиконання зобов'язань (крім випадків, передбачених договором);
- іпотекодержатель не має права виселяти з іпотечного житла його мешканців, набувати права власності на предмет іпотеки або продавати його [11].

Таким чином, позичальник повинен продовжувати повертати кредит, але за відсутності такої можливості, штрафувати чи забирати його житло ніхто не має права.

Дослідження розвитку ринку іпотечного кредитування у 2017–2021 роках продемонструвало, що у даній сфері були свої проблеми й до початку війни. Тому, із метою їх мінімізації у 2021 році в Україні було введено у дію державну програму, націлену на активізацію цього сегмента ринку. Так, громадяни України мали можливість взяти іпотечний кредит під 7% річних із певними умовами.

Зауважимо, що доцільність державних програм щодо субсидування відсоткових ставок на іпотечні кредити обумовлюється їх позитивним впливом на економічну активність у країні, що проявляється, зокрема, у зростанні будівництва та суміжних з ним галузей. До того ж такі програми виконують важливу соціальну роль, яка полягає у підтримці окремих категорій населення, які не мають змоги позичати іпотечні кредити на ринкових умовах.

Розглянемо основні показники реалізації цієї програми з початку її впровадження у регіональному розрізі (табл. 2).

Таким чином, протягом півтора року з дати введення у дію державної програми «Доступна іпотека 7%» підписано 1890 договорів на загальну суму понад 1,6 млрд. грн. Близько половини кредитів видано банками з метою придбання нерухомості у Київській області. Найменше кредитів на житло надано жителям Луганської та Донецької областей (4 та 3 укладені угоди відповідно). Це є зрозумілим з огляду на бойові дії на території цих областей та їх часткову окупацію з 2014 року. У першій десятці, як бачимо, найбільше представлено області, які належать до Західного регіону (Львівська, Волинська, Рівненська та Івано-Франківська). У сукупності було надано близько 18% кредитів (за кількістю та обсягами) задля придбання нерухомого майна на їхніх територіях. Також зауважимо, що понад 75% кредитів надавалися на купівлю нерухомості на вторинному ринку [8].

Що стосується участі банків у даній програмі, то до її реалізації долучилися 12 банків. Лідерами серед них є державні установи АТ КБ «Приват-Банк» та АТ «Ощадбанк», які надали 338,0 млн. грн. та 376,3 млн. грн. кредитів на придбання житла у межах програми «Доступна іпотека 7%» відповідно. Тобто частка лише цих двох банків становить майже 45% від загального обсягу наданих пільгових іпотечних кредитів.

Попри позитивний вплив на ринок іпотечно-го кредитування реалізація подібних державних програм має й недоліки. Один із них — це обмеженість бюджетних ресурсів, що не дозволяє всім бажаним скористатися програмою підтримки

Таблиця 2

Результати реалізації державної програми «Доступна іпотека 7%» за період з 01.03.2021 року по 07.11.2022 року у розрізі регіонів, де планується придбати нерухомість [8]

№	Область	Кількість підписаних кредитних договорів, од.	Частка підписаних кредитних договорів, %	Обсяг іпотечних кредитів, млн. грн.	Частка іпотечних кредитів, %
1	Київська	869	46,0%	891,1	55,5%
2	Львівська	138	7,3%	113,7	7,1%
3	Харківська	122	6,5%	91,5	5,7%
4	Рівненська	111	5,9%	69,6	4,3%
5	Волинська	101	5,3%	69,1	4,3%
6	Вінницька	67	3,5%	56,2	3,5%
7	Чернігівська	62	3,3%	36,0	2,2%
8	Івано-Франківська	58	3,1%	35,5	2,2%
9	Дніпропетровська	57	3,0%	40,1	2,5%
10	Одеська	46	2,4%	35,4	2,2%
11	Запорізька	31	1,6%	16,4	1,0%
12	Миколаївська	29	1,5%	16,9	1,1%
13	Хмельницька	29	1,5%	17,7	1,1%
14	Закарпатська	27	1,4%	21,5	1,3%
15	Сумська	27	1,4%	15,8	1,0%
16	Тернопільська	26	1,4%	19,4	1,2%
17	Житомирська	20	1,1%	12,7	0,8%
18	Черкаська	18	1,0%	12,9	0,8%
19	Чернівецька	14	0,7%	11,4	0,7%
20	Херсонська	14	0,7%	8,5	0,5%
21	Полтавська	13	0,7%	8,9	0,6%
22	Кіровоградська	4	0,2%	1,8	0,1%
23	Луганська	4	0,2%	1,7	0,1%
24	Донецька	3	0,2%	0,9	0,1%
	Всього	1890		1602,7	

позичальників. Адже за рахунок держави (тобто інших платників податків) неможливо забезпечити всіх громадян, які потребують житла.

Вартість пільгового іпотечного кредиту, яка для позичальника складає 7%, не означає, що такою ж є і вартість витрат для держави, за рахунок якої субсидіюються програми кредитування. Так, уряд позичає кошти на ринку капіталів під ринкові ставки (від 13%). Враховуючи комісійні винагороди банку за обслуговування процесу видачі кредиту, вартість страхування та оцінки майна, кредитні ризик, виходить, що державі участь у програмі обходиться у 2–2,5 рази дорожче, ніж позичальникам [20].

Через війну проблеми розвитку ринку іпотечного кредитування в Україні загострилися, тому державну програму підтримки позичальників було оновлено (табл. 3).

На реалізацію програми передбачено два етапи.

І етап — із 1 жовтня 2022 року оновлена програма під назвою «еОселя» відкрилася для окремих

категорій позичальників: військовослужбовців, працівників сектору безпеки та оборони, медиків, педагогів та науковців закладів державної та комунальної форм власності. Ці професії вважаються стратегічно важливими, тому для цих громадян слід найперше створити умови для життя та праці. Вартість іпотечного кредиту — 3% річних.

II етап — із 1 січня 2023 року фінансування за державною іпотечною програмою пошириться на інших громадян України зі ставкою 7% річних [14].

Суттєвим оновленням державної програми є можливість інвестувати в будівництво житла та купувати квартири у старих будинках. Крім того, іпотечна програма є гнучкою щодо цінової політики у різних регіонах України. Сума кредиту залежатиме від конкретного населеного пункту, де планується придбати житло.

Масове іпотечне кредитування забезпечить ПАТ «Українська фінансова житлова компанія» через уповноважені банки. На сьогодні п'ять банків ін-

Умови для участі у державній програмі іпотечного кредитування «ЄОселя» для громадян України [14]

Критерії	Характеристика
Вид предмету іпотеки	Первинний ринок: майнові права на квартири та будинки+ділянка Вторинний ринок: квартири та будинки+ділянка
Площа предмету іпотеки	52,5 кв. м на одинокого громадянина чи сім'ю з двох осіб + 21 кв. м на кожного наступного члена сім'ї
Базова вартість предмету іпотеки	Базовою є опосередкована вартість спорудження квадратного метру житла, яку визначає Міністерство розвитку громад та територій України. <i>Особливості:</i> – від базової ціна 1 кв. м збільшується у 2,5 рази для Києва, Дніпра, Львова, Одеси та Харкова; – для міст із населенням понад 300 тис. осіб, а також міст на відстані до 15 км від Києва буде застосовано збільшення у 2 рази; – для міст із населенням від 100 до 300 тис. осіб — у 1,75 рази; – для інших населених пунктів — опосередкована вартість у відповідному регіоні.
Відсоткова ставка	3% (для військовослужбовців, правоохоронців, медиків, педагогічних працівників освіти та науковців); 7% (для інших категорій громадян).
Мінімальний початковий внесок позичальника	20%
Максимальний строк кредитування	20 років
Віковий параметр позичальника	18–70 років
Фінансовий / майновий параметр позичальника	Платоспроможний та володіє нерухомістю менше 52,5 кв. м (додатково 21 кв. м на кожного наступного члена сім'ї)
Організатори програми	Міністерство економіки України, Міністерство цифрової трансформації України, ПАТ «Українська фінансова житлова компанія», Фонд розвитку підприємництва, уповноважені банки

тегровано у дану програму, а саме: АТ «Ощадбанк», АТ КБ «ПриватБанк», АБ «Укргазбанк», АТ «Скай банк» та АТ «Банк «Глобус». Так, ПАТ «Укрфінжитло» надаватиме кошти банкам під 3% річних, а ті видаватимуть кредити позичальникам під 7%. Для окремих категорій, зазначених вище, частину відсоткової ставки компенсуватиме Фонд розвитку підприємництва. Таким чином, замість 7% вони сплачуватимуть лише 3% річних. Фінансування програми «ЄОселя» відбуватиметься з державного бюджету, у проекті якого на 2023 рік передбачено виділення 16 млрд. грн. для компенсації відсотків за кредитами у рамках кількох державних програм [15].

Увесь ланцюг процедур максимально цифровізований, тому скористатися програмою потенційні позичальники матимуть змогу через додаток «Дія», де є можливість подати заявку, обрати банк, житло та укласти угоду. Цифровізація цього процесу дозволяє автоматично підтягувати необхідні дані про заявника, швидко взаємодіяти з банками, перевірити інформацію та повноту даних, що заощадить час та мінімізує бюрократичні реперони.

Висновки та перспективи дослідження. Реалізація подібних державних програм нині є вкрай важливою, адже являється частиною комплексного плану післявоєнної відбудови країни. Доступна іпотека може стати драйвером розвитку будівельного бізнесу, що матиме мультиплікаційний ефект, коли кожна гривня, витрачена на житло, дає в рази більший внесок в економіку, створюючи нові робочі місця та збільшуючи податкові надходження до бюджетів усіх рівнів.

Іпотечне кредитування є важливою складовою ринкової інфраструктури, проте його становище цілком залежить від економічної та політичної ситуації в країні. На сучасному етапі нагальним питанням є усунення проблем розвитку іпотечного кредиту, що неможливе без допомоги з боку держави. Отже, реалізація діючих іпотечних програм підтримки позичальників у майбутньому матиме довгостроковий позитивний вплив на економіку України та створить ланцюговий ефект: попит на житло — інтенсифікація будівництва — повернення людей додому — зростання продуктивних сил — економічний розвиток.

Література

1. Campbell J. How do House Prices Affect Consumption? Evidence from Micro Data. *Journal of Monetary Economics*. 2007. Vol. 54 (3). P. 591–621.
2. Corradin S. House price cycles in Europe. Working paper series. 2013. № 1613. 54 p.
3. Goodman L. Quantifying the Tightness of Mortgage Credit and Assessing Policy Actions, Urban Institute Working Paper. Risk Transfers in the Real World. 2017. 354 p.
4. Kelly J., Myers S. Fixed-rate mortgages — generating risk or building resilience? Central Bank of Ireland. 2019. URL: [https://www.centralbank.ie/docs/default-source/publications/financial-stability-notes/no-5-fixed-rate-mortgages--building-resilience-or-generating-risk-\(kelly-and-myers\).pdf](https://www.centralbank.ie/docs/default-source/publications/financial-stability-notes/no-5-fixed-rate-mortgages--building-resilience-or-generating-risk-(kelly-and-myers).pdf) (дата звернення: 25.12.2022 р.).
5. Warnock F. Developing Housing Finance Systems. Reserve Bank of Australia. Conference Volume. 2012. P. 49–67.
6. Внукова Н. М. Іпотечний ринок: теорія та практика: монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. 192 с.
7. Євтух О. Т. Іпотека як складова ринкового механізму господарювання. *Економіка України*. 2000. Вип. № 1. С. 65–69.
8. Інформація про результати державної програми «Доступна іпотека 7%». URL: <https://bdf.gov.ua/uk/informaciya-pro-rezultatidержavno-programi-dostupna-ipoteka-7> (дата звернення: 25.12.2022 р.).
9. Коваленко Л. О. Концептуальні засади розробки кредитної політики для продуктів іпотечного кредитування. *Актуальні проблеми економіки*. 2008. № 4. С. 213–216.
10. Марачевська А. В. Особливості функціонування механізму іпотечного житлового кредитування молоді в Україні. *Вісник Одеського національного університету*. 2017. № 12 (65). С. 228–233.
11. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану. Закон України № 2120 від 15.03.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення: 26.12.2022 р.).
12. Про іпотечне кредитування. Фінансова стабільність. URL: <https://bank.gov.ua/ua/stability/mortgage> (дата звернення: 26.12.2022 р.).
13. Програма «Доступна іпотека 7%». URL: <https://bdf.gov.ua/uk/programa-dostupna-ipoteka-7> (дата звернення: 26.12.2022 р.).
14. Програма доступної іпотеки «ЄОселя» запрацювала в тестовому режимі. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/programa-dostupnoi-ipoteki-ieoselia-zapratsiuvala-v-testovomu-rezhymi> (дата звернення: 27.12.2022 р.).
15. Проект бюджету-2023 і Програма «5–7–9»: для Фонду розвитку підприємництва — 16 млрд. грн. URL: <https://finbalance.com.ua/news/proekt-byudzhetu-2023-i-programa-5-7-9-dlya-fondu-rozvitku-pidprimnitstva--16-mlrd-hrn> (дата звернення: 26.12.2022 р.).
16. Результати анкетування банків про кредити, надані фізичним особам на купівлю, будівництво та реконструкцію нерухомості під заставу нерухомості з 2022 роком. Про іпотечне кредитування. URL: https://bank.gov.ua/ua/file/download?file=Monthly_survey_on_mortgage_2022%2B.xlsx (дата звернення: 27.12.2022 р.).
17. Савич В. І. Сучасні інструменти управління проблемною заборгованістю за іпотечними кредитами. *Фінанси України*. 2013. № 1. С. 91–100.
18. Свириденко Ю. Доступна іпотека: як програма допоможе вирішити «квартирне питання». URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/16/690445> (дата звернення: 25.12.2022 р.).
19. Статистика фінансового сектору. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial> (дата звернення: 26.12.2022 р.).
20. Степанюк Є. Держпрограма доступної іпотеки не врятує: як зробити кредити доступними. URL: <https://minfin.com.ua/ua/realty/articles/kogda-zarabotaet-ipoteka-v-ukraine> (дата звернення: 26.12.2022 р.).
21. Юркевич О. М. Розвиток іпотечного кредитування в контексті вдосконалення державної житлової політики. *Вісник Одеського національного університету: Серія «Економіка»*. 2016. Том 21. Вип. 7–2 (49). С. 168–173.

References

1. Campbell, J. (2007). How do House Prices Affect Consumption? Evidence from Micro Data. *Journal of Monetary Economics*, 54 (3), 591–621.
2. Corradin, S. (2013). House price cycles in Europe. Working paper series, 1613, 54.
3. Goodman, L. (2017). Quantifying the Tightness of Mortgage Credit and Assessing Policy Actions, Urban Institute Working Paper. Risk Transfers in the Real World, 354.

4. Kelly, J., Myers, S. (2019). Fixed-rate mortgages — generating risk or building resilience? Central Bank of Ireland. Retrieved from: [https://www.centralbank.ie/docs/default-source/publications/financial-stability-notes/no-5-fixed-rate-mortgages--building-resilience-or-generating-risk-\(kelly-and-myers\).pdf](https://www.centralbank.ie/docs/default-source/publications/financial-stability-notes/no-5-fixed-rate-mortgages--building-resilience-or-generating-risk-(kelly-and-myers).pdf) (date of application: 25.12.2022).
5. Warnock, F. (2012). Developing Housing Finance Systems. Reserve Bank of Australia. Conference Volume, 49–67.
6. Vnukova, N. M. (2008). Ipoteknyy rynek: teoriya ta praktyka: monohrafiya [Mortgage market: theory and practice: monograph]. Kh.: VD «INZHEK».
7. Yevtukh, A. (2000). Ipoteka yak skladova rynkovoho mekhanizmu hospodaryuvannya [Mortgage as a component of the market economy mechanism]. *Ekonomika Ukrayiny — Ukraine's economy*, 1, 65–69.
8. Kovalenko, L. O. (2008). Kontseptual'ni zasady rozrobky kredytnoyi polityky dlya produktiv ipotechnoho kredytuvannya [Conceptual principles of credit policy development for mortgage lending products]. *Aktual'ni problemy ekonomiky — Actual problems of the economy*, 4, 213–216.
9. Marachevs'ka, A. V. (2017). Osoblyvosti funktsionuvannya mekhanizmu ipotechnoho zhytloвого kredytuvannya molodi v Ukrayini [Peculiarities of the functioning of the mechanism of mortgage housing lending to youth in Ukraine]. *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu — Bulletin of Odessa National University*, 12 (65), 228–233.
10. Informatsiya pro rezul'taty derzhavnoyi prohramy «Dostupna ipoteka 7%» [Information on the results of the state program «Affordable mortgage 7%»]. Retrieved from: <https://bdf.gov.ua/uk/informaciya-pro-rezultatiderzhavno-programi-dostupna-ipoteka-7> (date of application: 25.12.2022).
11. Pro vnesennya zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrayiny ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrayiny shchodo diyi norm na period diyi voyennoho stanu. Zakon Ukrayiny № 2120 vid 15.03.2022 r. [On making changes to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine regarding the validity of norms during the period of martial law. Law of Ukraine № 2120 dated March 15, 2022]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (date of application: 26.12.2022).
12. Pro ipotechne kredytuvannya. Finansova stabil'nist' [About mortgage lending. Financial stability]. Retrieved from: <https://bank.gov.ua/ua/stability/mortgage> (date of application: 26.12.2022).
13. Prohrama «Dostupna ipoteka 7%» [Program «Affordable mortgage 7%»]. Retrieved from: <https://bdf.gov.ua/uk/programa-dostupna-ipoteka-7> (date of application: 26.12.2022).
14. Prohrama dostupnoyi ipoteky «YeOselya» zapratsyuvava v testovomu rezhymi [The «YeOselya» affordable mortgage program has been launched in test mode]. Retrieved from: <https://www.kmu.gov.ua/news/prohrama-dostupnoi-ipoteky-ieoselia-zapratsiyuvava-v-testovomu-rezhymi> (date of application: 27.12.2022).
15. Proekt byudzhetu-2023 i Prohrama «5–7–9»: dlya Fondu rozvytku pidpryyemnytstva — 16 mlrd. hrn. [The 2023 budget draft and the Prohrama «5–7–9» program: for the Entrepreneurship Development Fund — 16 billion UAH.]. Retrieved from: <https://finbalance.com.ua/news/proekt-byudzhetu-2023-i-prohrama-5-7-9-dlya-fondu-rozvitku-pidprimnitstva--16-mlrd-hrn> (date of application: 26.12.2022).
16. Rezul'taty anketuvannya bankiv pro kredyty, nadani fizychnym osobam na kupivlyu, budivnytstvo ta rekonstruktsiyu nerukhomosti pid zastavu nerukhomosti z 2022 rokom. Pro ipotechne kredytuvannya [The results of a bank survey on loans granted to individuals for the purchase, construction and reconstruction of real estate secured by real estate from 2022. About mortgage lending]. Retrieved from: https://bank.gov.ua/ua/file/download?file=Monthly_survey_on_mortgage_2022%2B.xlsx (date of application: 27.12.2022).
17. Savych, V. I. (2013). Suchasni instrumenty upravlinnya problemnoyu zaborhovanistyu za ipotechnymy kredytamy [Modern tools for managing problem debt for mortgage loans]. *Finansy Ukrayiny*, 1, 91–100.
18. Svyrydenko, Yu. (2022). Dostupna ipoteka: yak prohrama dopomozhe vyrishyty «kvartyrne pytannya» [Affordable mortgage: how the program will help solve the «apartment issue»]. Retrieved from: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/16/690445> (date of application: 25.12.2022).
19. Statystyka finansovoho sektoru [Statistics of the financial sector]. Retrieved from: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial> (date of application: 26.12.2022).
20. Stepanyuk, Ye. (2022). Derzhprohrama dostupnoyi ipoteky ne vryatuye: yak zrobyty kredyty dostupnymy [The affordable mortgage state program will not save: how to make loans affordable]. Retrieved from: <https://minfin.com.ua/ua/realty/articles/kogda-zarabotaet-ipoteka-v-ukraine> (date of application: 26.12.2022).
21. Yurkevych, O. M. (2016). Rozvytok ipotechnoho kredytuvannya v konteksti vdoskonalennya derzhavnoyi zhytlovoi polityky [Development of mortgage lending in the context of improvement of state housing policy]. *Visnyk Odes'koho natsional'noho universytetu: Seriya «Ekonomika» — Bulletin of Odessa National University: Series «Economics»*, 21, 7–2 (49).

Коцюрубенко Ганна Миколаївна
*кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри фінансів
Одеського національного економічного університету*

Kotsiurubenko Ganna
*Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor,
Doctoral Student of the Department of Finance
Odesa National Economic University
ORCID: 0000-0001-9604-5083*

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8513

СОЦІАЛЬНА НЕРІВНІСТЬ ЯК СФЕРА ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ НАУКИ

SOCIAL INEQUALITY AS A FIELD OF RESEARCH OF FINANCIAL SCIENCE

Анотація. У статті автором запропоновано науково обґрунтований погляд на встановлення взаємозв'язку між дослідженням соціальної нерівності та проблемами, які вивчає та вирішує фінансова наука, визначено точки перетину сфер та окреслено напрями практичного застосування фінансової науки з метою зменшення впливу негативних наслідків соціальної нерівності. Трансформації в соціально-економічній площині, зміни парадигм та пріоритетів державної політики щодо формування лідерських позицій, а саме концепцій особистого та соціального розвитку, економіки знань, людського капіталу, добробуту населення та важливості інклюзивних процесів у ринковій економіці, визначають важливість моніторингу змін, що відбуваються в підходах до розгляду та вивчення соціальної нерівності, як одного з найширших проявів стратифікованого поділу суспільства. Наголошено, що аналіз економічних відносин у формуванні явища соціальної нерівності взагалі, без деталізації за напрямками економічної реалізації, не у повній мірі розкривають специфіку фінансової науки та фінансових відносин, що формуються у суспільстві. Акцентовано увагу на тому, що в умовах ринкової економіки формування доходу відбувається через створення та розподіл ВВП, який можна досліджувати та аналізувати саме через призму фінансової науки. Зазначено, що дослідження та аналіз соціальної нерівності, з точки зору економічних домінант, дає змогу розглянути фінансові відносини, які формуються та реалізуються в досліджуваному суспільстві. Обґрунтовано, що значні диференціації щодо можливостей доступу до певних благ і соціальна нерівність сигналізують про низьку ефективність функціонування механізмів забезпечення соціального розвитку та соціального забезпечення населення, що безпосередньо залежить від тієї фінансової кон'юнктури та системи, що утворилась в державі та суспільстві, від способів фінансової взаємодії між учасниками, тобто включається до сфери дослідження фінансової науки.

Ключові слова: соціальна нерівність, фінансова наука, фінансові відносини, суспільний розвиток, добробут.

Summary. In the article, the author proposed a scientifically based view on the establishment of a relationship between the study of social inequality and the problems studied and solved by financial science, identified the points of intersection of spheres and outlined the directions of practical application of financial science in order to reduce the impact of the negative consequences of social inequality. Transformations in the socio-economic plane, changes in paradigms and priorities of state policies regarding the formation of leading positions, namely the concepts of personal and social development, knowledge economy, human capital, population welfare and the importance of inclusive processes in the market economy, determine the importance of monitoring the changes taking place in the approaches to the examination and study of social inequality, as one of the broadest manifestations of the stratified division of society. It is emphasized that the analysis of economic relations in the formation of the phenomenon of social inequality in general, without detailing the directions of economic implementation, does not fully reveal the specifics of financial science and financial relations formed in society. Attention is focused on the fact

that in the conditions of a market economy, the formation of income occurs through the creation and distribution of GDP, which can be researched and analyzed precisely through the prism of financial science. It is substantiated that the study and analysis of social inequality, in terms of economic dominants, enables the consideration of financial relations that are formed and implemented in the studied society. Significant differences in the possibilities of access to certain benefits and social inequality signal the low efficiency of the functioning of the mechanisms for ensuring social development and social security of the population, which directly depends on the financial situation and system formed in the state and society, on the methods of financial interaction between participants, that is, it is included in the scope of financial science research.

Key words: social inequality, financial science, financial relations, social development, prosperity.

Постановка проблеми. Однією з найбільш розповсюджених і відомих характеристик будь-якого суспільства виступає нерівність, варіативність якої, як явища, обумовлює науковий інтерес, дослідницьку проблематику та актуальність на усіх історичних етапах розвитку держав, при різних економічних і соціальних системах функціонування суспільства. Трансформаційні перетворення у соціально-економічній площині, зміни парадигм і пріоритетів державних політик щодо формування лідируючих позицій саме концепцій особистого та суспільного розвитку, економіки знань, людського капіталу, добробуту населення та важливості інклюзивних процесів у ринковій економіці, визначають важливість відслідковування змін, що мають місце у підходах до розгляду та вивчення соціальної нерівності, як одного з найбільш широких проявів стратифікаційного поділу суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатогранність та різноплановість нерівності, як явища, обумовлюють широкий спектр напрямів наукових досліджень і розробки практичних рекомендацій щодо зменшення негативного впливу на суспільство. Дослідженнями різних аспектів прояву нерівності та її видів в економічній площині займаються Андрієв Н. М. [7], Балакірева О. М. [12], Головенько В. А. [12], Дмитрук Д. А. [12], Клевчак Л. Л. [13], Лібанова Е. М. [9], Опалько В. В. [10–11], Шупрудько Н. В. [7] та інші. Розгалуженість проблем і напрямів, які охоплює економічна наука, зумовлює досить широке коло науковців, які вивчають та досліджують різні аспекти окремих сфер економічного життя суспільства. Дослідженню проблем та тенденцій розвитку фінансової науки присвячено напрацювання Благуна І. Г. [3], Бойка С. В. [4], Глуценка А. С. [5], Леоненка П. М. [2], Федосова В. М. [2], Юхименка П. І. [2] та інших.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Включення проблем соціальної нерівності до сфер наукового пізнання зумовлює необхідність розгляду явища безпосередньо з позиції висвітлення тих особливостей та сфер реа-

лізації, які є характеристикою обраного напрямку наукової думки. У переважній більшості випадків, має місце розкриття економічних засад соціальної нерівності та включення до досліджень розгляду процесів через призму економічних явищ. Аналіз економічних відносин у формуванні явища соціальної нерівності взагалі, без деталізації за напрямками економічного пізнання, не у повній мірі розкривають специфіку фінансової науки та фінансових відносин, що формуються у суспільстві.

Формування мети статті. Метою статті є встановлення взаємозв'язку між дослідженням соціальної нерівності та проблемами, які вивчає та вирішує фінансова наука, виявлення точок перетину та формування напрямів практичного застосування фінансової науки з метою зменшення впливу негативних наслідків соціальної нерівності.

Основний матеріал. Становлення фінансової науки пройшло досить тривалий шлях трансформацій та змін. Безумовним і доведеним є тісний зв'язок з державою та товарно-грошовими відносинами. Проте, це були вихідні та базові засади, що у подальшому не зникли, а увійшли до складу інших положень, які зараз дають змогу характеризувати фінансову науку та досліджувати усі її аспекти.

Якщо звернутись до вихідних основ категорій, то відповідно до Академічного тлумачного словника «Словник української мови», наука це «одна з форм суспільної свідомості, що дає об'єктивне відображення світу; система знань про закономірності розвитку природи і суспільства та способи впливу на оточуючий світ» [1].

Тлумачення категорії «фінанси» є предметом дискусій для наукової та економічної спільноти, що свідчить про багатогранність саме сприйняття даного явища та його еволюції у загальній науковій думці відповідно до тих змін, що відбуваються у суспільній свідомості. Відносно сталими та загально визнаними є розподільчий характер фінансових відносин, що пов'язаний з розподілом та перерозподілом ВВП. Дискусії точаться навколо форми функціонування фінансів (фондова та нефондова концепції), щодо стадій виробничого циклу

(виникнення фінансів на стадії виробництва чи на стадії розподілу), кількості функцій фінансів, вибору практичної чи політекономічної концепції трактування сутності (фінансові активи чи відносини) тощо. Проте, у переважній більшості своїй, визначення є відмінними не по основній сутності явища, а відповідно до певних методичних відмінностей дослідження, періоду розвитку чи ареалу реалізації фінансових відносин, який впливав на формування визначення категорії [2; 3].

Виходячи із вищезазначеного, доцільно наголосити, що фінансова наука у цілому дає змогу розуміння сутності фінансових процесів через формування певної системи знань про закономірності розвитку фінансових відносин у суспільстві та способах взаємодії з оточуючою дійсністю.

Українські вчені пропонують розглядати фінансову науку у двох аспектах [2]:

- «у вузькому розумінні — це наука про окремі структурні ланки складної сфери фінансів;
- у широкому розумінні фінансова наука включає в себе ще й сукупність знань про закономірності розвитку фінансових відносин у глобальних масштабах всієї людської цивілізації, всіх національних держав, які з певного часу функціонують і взаємодіють у загальнопланетарному масштабі».

Поряд з тим, увага акцентується на важливості дослідження саме національних особливостей розвитку, адже «з початком формування національних держав у Європі поряд з проблемними напрямками у фінансовій науці помітними стають існування національних особливостей («національних ліній») у трактуваннях фінансових відносин, фінансових систем і фінансового господарства, а з часом зміни у національній пріоритетності досліджень» [2]. Цілком доцільно погодитись з міркуванням щодо важливості розроблення питань співвідношення національного і світового (глобального) в межах дослідження фінансової науки. Більш того, варто наголосити, що формування глобальних фінансових тенденцій має за основу саме рушійні зміни у середині певного осередку, як-то національний, транснаціональний, професійний тощо, тобто створений на основі спільних характерних рис, що стає можливо саме в умовах глобалізаційних змін, поряд з певним зняття звичного розуміння кордонів і утворенням нових союзних держав, доступності до інформації та розвитку новітніх технологій тощо.

Так, наприклад, Бойко С.В. звертає увагу, що розвиток економічних відносин, трансформація форм власності та інтеграційні процеси призво-

дять до змін у структурі фінансової науки. Науковець виділяє особливості саме української наукової фінансової думки та пропонує концентрувати науковий інтерес на дослідженні фінансової думки України «як цілісної системи поглядів вітчизняних вчених-фінансистів на теоретико-методологічні та практичні питання функціонування фінансів у суспільстві» [4, с. 277].

Більш деталізовано, з позиції певних складових реалізації науки на практиці, наводить визначення фінансової науки Глуценко А.С., а саме тлумачить як «систему упорядкованих знань про фінансові явища і процеси, з виявленими достовірними передумовами виникнення, механізмами та принципами функціонування, доказовими, обґрунтованими положеннями та висновками про їх вплив на людину, господарство, суспільство, цивілізацію, оцінкою здобутків, вигод, втрат [5, с. 8]».

Виділення особливостей зарубіжної фінансової науки в умовах відповідних глобальних змін, а саме світової фінансової глобалізації й бюджетно-податкової гармонізації, наводить Благунов І.Г. Науковець звертає увагу на передумови цивілізаційного розвитку, зокрема наявність високої етики, наукової полеміки, суперечливості і багатоваріантності наукового пізнання сьогодення, плюралістичного змагання ідей та пізнавальних підходів [3, с. 44].

Розглянуті аспекти свідчать про відсутність сталого та заскоружлого сприйняття трактувань, що забезпечує можливість адаптації до зміни явищ, які об'єктивно виникають у зв'язку із суспільним розвитком. Науковці пропонують розглядати плюралізм поглядів і постійний прагматизм досліджень з позицій суспільних інтересів як характерні ознаки сучасної фінансової теорії [3, с. 44]. Фінансова наука розвивається відповідно до викликів та у відповідь на потреби державотворення, відповідно до запитів користувачів, що обумовлює концентрацію на тому чи іншому векторі або цілі розвитку суспільства, так би мовити, висвітлюючи цілеорієнтацію руху економічного та соціального життя суспільства, зокрема в українській практиці наукових досліджень присутні наукові напрацювання щодо обґрунтування та розробки фінансової політики, як складової практичної реалізації фінансової науки, з чітким формулюванням стратегічного напрямку, а саме «фінансової політики сталого розвитку», «фінансової політики економічного розвитку», «фінансової політики суспільного розвитку» тощо [6].

Соціум та особа, як самостійний суб'єкт, є безпосередніми учасниками усіх економічних і фі-

нансових відносин, є як їх рушійною силою, так і безпосереднім споживачем усіх надбань наукового розвитку та його практичної реалізації. Поряд з тим, у ті чи інші проміжки часу, концентрація наукового пошуку та розвитку фінансової думки була зорієнтована на різні аспекти життя соціуму та відповідні напрями реалізації. Проте, сама основа ринкових відносин та обмеженість ресурсів обумовлюють виникнення та існування такого явища як соціальної нерівності у не залежності від тих чи інших стратегічних пріоритетів розвитку суспільства.

Соціальна нерівність, як суспільне явище, є досить складним та багатограним процесом, що знаходить своє відображення у тих наукових дослідженнях які охоплюють досить широкий спектр наукового пізнання, зокрема соціологічні, політологічні, економічні та правові науки. Досліджуючи етимологію терміну «соціальна нерівність», економісти пропонують вивчати дане явище з позиції тлумачення як «нерівний доступ до благ у суспільстві» [7].

Відповідно до класифікації ЮНЕСКО, наводяться такі прояви нерівності як, соціальна, культурна, політична, екологічна, освітня, просторова та економічна. Під останньою розуміється «відмінності між рівнями доходів, рівнем життя, активів, багатства, капіталу та інших стандартів, включаючи нерівність у працевлаштуванні». Поряд з тим, відповідно до тлумачення ЮНЕСКО, соціальна нерівність — це «відмінності між соціальними статусами різних груп населення, таких як класи, каста чи вікові групи щодо системних диспропорцій у функціонуванні соціальних інститутів (таких як освіта, охорона здоров'я, правосуддя, соціальний захист), які впливають на рівень і якість доступу до послуг та захисту для різних груп, а також на життєві шанси та здатність прагнути до певних результатів та досягати їх» [8].

Лібанова Е. М. здійснює виокремлення політичної, етнокультурної та соціальної нерівності і наголошує, що первинним видом нерівності є саме економічна нерівність, «найбільш очевидним проявом якої є нерівність за доходами — спричиняє нерівність у доступі до основних соціальних благ, ресурсів, до реалізації основних прав» [9].

Поняття нерівності та «соціальної нерівності» у дослідників-економістів пропонується розглядати саме з первинної позиції доходів або ресурсів, які дають змогу їх отримати.

Так, здійснюючи діагностику соціально-економічної нерівності у глобальному вимірі, Опалько В. В. трактує нерівність «як нерівний доступ до ресурсів, доходів, капіталів, багатства та непропо-

рційний перерозподіл цих ресурсів (багатства) на користь правлячої верхівки на різних рівнях» [10].

Андріїв Н. М. та Шупрудько Н. В. наводять визначення «соціальної нерівності як стану соціальної стратифікації суспільства та поляризації рівня життя населення, спричиненої надмірною нерівністю доходів у суспільстві, викликаною «викривленим» перерозподілом доходів та невідповідною соціальною політикою». Дослідники наголошують, що економічний характер поняття «соціальна нерівність» не обмежується економічною нерівністю (тобто диференціацією доходів та майновим розшаруванням), але також включає нерівність життєвих шансів та людського потенціалу (доступ до освіти та медицини) [7].

Варто звернути увагу саме на включення до процесів формування соціальної нерівності таких вихідних умов як можливості отримання доходів, доступу до ресурсів та їх розподіл. В умовах ринкової економіки, формування доходів відбувається шляхом створення та розподілу ВВП, який можливо дослідити та проаналізувати саме через призму фінансової науки, тобто вивчення та аналіз соціальної нерівності, в аспекті економічних домінант, дає змогу саме розгляд фінансових відносин, які формуються та реалізуються у досліджуваному суспільстві.

У науковій літературі зустрічається вживання терміну «соціально-економічна нерівність». Так, Опалько В. В. стверджує, що межа між соціальною та економічною нерівністю найчастіше нівелиюється, та констатує, що формування нерівності пов'язане з відмінностями людей за соціальним статусом, кількістю наявних коштів, освітою, віком, місцем проживання, рівнем та якістю життя населення тощо [11].

Колектив авторів монографії «Детермінанти соціально-економічної нерівності в сучасній Україні» пропонують здійснювати розгляд соціально-економічної нерівності, базуючись на виокремленні таких її детермінант: соціально-демографічних ознак (вік, стать, етнічні ознаки, сімейний статус), психофізичних ознак (здоров'я, зовнішність, ментальність), соціокультурних (система цінностей, мораль, релігія, освіта), політично-правової системи, економічної системи, громадянської активності, соціальних мереж [12, с. 23].

Однак, варто зазначити, що трактування «соціальної нерівності» доцільно наводити окремо від економічної складової, навіть не зважаючи на домінуючий характер останньої, у протилежному разі виникає питання доречності збереження обох термінів, або питання вірогідності існування даних

явищ або одного із них. Від так, соціальну нерівність слід розглядати та тлумачити як «положення в суспільстві, коли окремі соціальні групи мають різний соціальний статус, належать до різних суспільних класів або соціальних кіл» [13]. Виходячи з такого визначення, соціальна нерівність є цілком об'єктивним результатом розвитку суспільних процесів у державах, включаючи економічні відносини і фактори, проте не обмежуючись ними.

Поряд з тим, з точки зору економічної та фінансової науки, саме економічна складова дослідження (доходи та вплив на їх розподіл, ресурси та можливість володіння ними тощо) буде тим «нарізним каменем», що дасть змогу розуміння та аналізу явища, а також пошуку шляхів боротьби з його негативними наслідками для сучасних держав, що орієнтуються на інклюзивність, сталий та соціальний розвиток.

Соціальна нерівність є своєрідною «оборотною» стороною ринкової економіки і одним із вагомих індикаторів стану розвитку рівня фінансової системи держави. Такий стан речей обумовлює важливість втручання держави у ринкові процеси як певного гаранта та безпосереднього надавача суспільних послуг. Формування у громадян фінансової основи доступу до таких послуг, впливає на зменшення розшарування населення та сприяє надбанню можливості забезпечувати ті чи інші потреби.

Клевчик Л.Л. наголошує, що «у сучасному суспільстві питаннями соціальної нерівності займаються органи соціальної політики». Поряд з тим, науковець зазначає, що «напрямами оптимального рівня соціальної нерівності можуть бути: 1. Введення прогресивної шкали оподаткування. 2. Підвищення оптимального розміру оплати праці. 3. Зміна структури державних витрат» [13]. Однак, встановлення прогресивної шкали оподаткування, як і вплив на структуру державних витрат, не відноситься до реалізації прямих повноважень інституцій соціальної політики. Крім того, цілком концентруватись лише на напрямах функціонування Міністерства соціальної політики щодо моніторингу стану соціальної нерівності, виявлення тенденцій її зміни та розробки стратегії державної політики, є звуженим підходом, адже обмежує сферу дослідження лише одним із інструментів впливу на негативні аспекти даного явища.

Значні диференціації щодо можливостей доступу до певних благ і соціальна нерівність сигналізують про низьку ефективність функціонування механізмів забезпечення соціального розвитку (змоги особи чи населення самостійно вплинути на зміну статусу через існуючі можливості та влас-

ний розвиток) та соціального забезпечення населення (створення безпосередніх механізмів впливу на соціальні диспропорції та формування можливостей отримати ресурси чи послуги, визначених соціальною політикою держави), що безпосередньо залежить від тієї фінансової кон'юнктури та системи, що утворилась в державі та суспільстві, від способів фінансової взаємодії між учасниками, тобто включається до сфери дослідження фінансової науки.

Висновки. Взаємопроникнення сфер і напрямів реалізації людського життя, дають змогу говорити про те, що розгляд економічних проявів нерівності не може відбуватись як відособлений прояв, а є як наслідком, так і джерелом впливу на зміну сукупного розуміння соціальної нерівності у суспільстві в цілому, проте, економічна складова та аналіз фінансових показників функціонування держави та суб'єктів фінансових відносин, формують певний вихідний доступний базис для дослідження, що дає змогу порівняння та виміру стану нерівності у суспільстві.

Дослідження соціальної нерівності є важливим напрямом фінансової науки, який дозволяє аналізувати та вимірювати стан та ефективність реалізації фінансової політики держави та обраної стратегії суспільного розвитку за двома векторами дослідження: складова забезпечення (коли держава створює та фінансує систему соціального захисту як безпосередньої сфери отримання допомоги для подолання несприятливих обставин та підтримки у кризові процеси) та складова формування (створення) умов і нагляду (коли держава виступає регулятором процесів, використовуючи фінансові інструменти і важелі, та формує умови для можливостей повноцінного розвитку, захисту прав і нагляду за дотриманням законодавчо встановлених норм). У контексті соціально-орієнтованого підходу та з точки зору окремої особи або домогосподарства, утворюються також два аспекти розгляду проблема соціальної нерівності, а саме: змога самореалізації та зміни «страсти» в середині суспільства, використовуючи створені зовнішні умови та надані можливості, та змога використання напрямів соціальної підтримки для забезпечення базових потреб у скрутних та несприятливих умовах. Наявність другої компоненти відповідає соціальному захисту, який має виконувати функцію хеджування та базової мінімальної фінансової підтримки. Орієнтація на компоненту держави, у частині фінансування потреб для самореалізації, лише посилить проблемні аспекти соціальної нерівності та вплине на поглиблення майнового розшарування.

Література

1. Академічний тлумачний словник «Словник української мови». URL: <http://sum.in.ua/s/nauka> (дата звернення: 05.01.2023).
2. Леоненко П., Юхименко П., Федосов В. Фінансова наука: генеза, еволюція та розвиток // Ринок цінних паперів. 2017. № 1–2 URL: <http://securities.usmdi.org/?p=22&n=95&s=993> (дата звернення: 05.01.2023).
3. Благун І.Г. Історичний характер і періодизація розвитку фінансової науки // Наукові записки. 2013. № 2 (43). С. 31–44.
4. Бойко С.В. Структурування фінансової науки та визначення місця державних фінансів в українській фінансовій думці // Історія нар. госп-ва та екон. думки України. 2008. Вип. 41. С. 271–277.
5. Глущенко А.С. Фінанси: Навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006», 2014. 440 с.
6. Коцюрубенко Г. Сучасні тенденції розвитку наукових досліджень фінансової політики: актуальні проблеми сьогодення // Економіка та суспільство. 2022. № 44. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-12> (дата звернення: 05.01.2023).
7. Андріїв Н.М., Шупрудько Н.В. Теоретичні підходи до тлумачення поняття «соціальна нерівність» // Ефективна економіка. 2019. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/60.pdf (дата звернення: 05.01.2023).
8. World Social Science Report, 2016. Challenging Inequalities: Pathways to a Just World. Published by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). 2016. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002458/245825e.pdf> (дата звернення: 05.01.2023).
9. Лібанова Е.М. Україна: глибина нерівності // Дзеркало тижня. Україна. 2016. URL: https://zn.ua/ukr/internal/ukrayina-glibina-nerivnosti_.html (дата звернення: 05.01.2023).
10. Опалько В.В. Діагностика соціально-економічної нерівності у глобальному вимірі // Економіка і суспільство. 2018. Вип. 17. С. 37–45. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/6.pdf (дата звернення: 05.01.2023).
11. Опалько В.В. Соціально-економічна нерівність і формування нової парадигми інклюзивного розвитку в Україні // Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 38–2. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/38_2_2019/15.pdf (дата звернення: 05.01.2023).
12. Детермінанти соціально-економічної нерівності в сучасній Україні: монографія / [Балакірева О.М., Головенько В.А., Дмитрук Д.А. та ін.]; за ред. канд. соціол. наук О.М. Балакіревої; НАН України; Ін-т екон. та прогноз. К., 2011. 592 с.: табл., рис.
13. Клевчик Л.Л. Соціальна нерівність як основна диспропорція в суспільстві // Економіка та держава. 2019. № 4 URL: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2019/10.pdf (дата звернення: 05.01.2023).

References

1. Academic explanatory dictionary «Dictionary of the Ukrainian language» (2023). Retrieved from: <http://sum.in.ua/s/nauka> [in Ukrainian]
2. Leonenok P., Yukhymenko P., Fedosov V. (2017). Financial science: genesis, evolution and development. Rynok tsinnykh paperiv. № 1–2. Retrieved from: <http://securities.usmdi.org/?p=22&n=95&s=993> [in Ukrainian]
3. Blahun I.H. (2013). Historical nature and periodization of the development of financial science. Naukovi zapysky, № 2 (43), pp. 31–44 [in Ukrainian]
4. Boiko S.V. (2008). Structuring of financial science and determining the place of public finance in Ukrainian financial thought. History of national economy and economic thought of Ukraine, № 41, pp. 271–277 [in Ukrainian]
5. Hlushchenko A.S. (2014). Finance: Study guide. Lviv: «Mahnoliia 2006». 440 p. [in Ukrainian]
6. Kotsiurubenko. H. (2022). Modern trends in the development of scientific research on financial policy: current problems. Ekonomika ta suspilstvo. № 44. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-12> [in Ukrainian]
7. Andriiv N.M., Shuprudko N.V. (2019). Theoretical approaches to the interpretation of the concept of «social inequality». Efektyvna ekonomika. № 9. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/60.pdf [in Ukrainian]
8. World Social Science Report, 2016. (2016). Challenging Inequalities: Pathways to a Just World. Published by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Retrieved from: <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002458/245825e.pdf>. ([in Ukrainian]
9. Libanova E.M. (2016). Ukraine: depth of inequality. Dzerkalo tyzhnia. Ukraina. Retrieved from: https://zn.ua/ukr/internal/ukrayina-glibina-nerivnosti_.html [in Ukrainian]

10. Opalko V. V. (2018). Diagnostics of socio-economic inequality in the global dimension. *Ekonomika i suspilstvo*, № 17, pp. 37–45. Retrieved from: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/6.pdf [in Ukrainian]
11. Opalko V. V. (2019). Socio-economic inequality and the formation of a new paradigm of inclusive development in Ukraine. *Prychornomorski ekonomichni studii*, № 38–2. Retrieved from: http://bses.in.ua/journals/2019/38_2_2019/15.pdf [in Ukrainian]
12. Balakirievoi O. M. (Ed.) (2011). Determinants of socio-economic inequality in modern Ukraine: monograph. NAN Ukrainy; In-t ekon. ta prohnozuv. Kyiv, 592 p. [in Ukrainian]
13. Klevchik L. L. (2019). Social inequality as the main disproportion in society. *Ekonomika ta derzhava*, № 4. Retrieved from: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2019/10.pdf [in Ukrainian]

Ливдар Марта Василівна

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів
Національний університет «Львівська політехніка»*

Lyvdar Marta

*PhD, Associate Professor of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University*

ORCID: 0000-0003-1925-7781

Федевич Людмила Станіславівна

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів
Національний університет «Львівська політехніка»*

Fedevych Liudmyla

*PhD, Associate Professor of the Department of Finance
Lviv Polytechnic National University*

ORCID: 0000-0002-3097-7467

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8554

ЗМІСТ ФІНАНСОВОЇ ІНКЛЮЗИВНОСТІ ЯК ІНДИКАТОРА ДОСТУПНОСТІ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

CONTENT OF FINANCIAL INCLUSION AS AN INDICATOR OF AVAILABILITY OF FINANCIAL SERVICES

Анотація. У статті проаналізовано реформу фінансового сектору економіки. Досліджено доступні послуги для населення. Визначено, що багато клієнтів, які не мають банківських послуг, зазвичай мають певну форму ідентифікації, вони зазвичай відсутні в документації та кредитних записах, необхідних постачальникам фінансових послуг для оцінки кредитоспроможності та проведення належної перевірки споживачів. Визначено аспекти формування стійкості фінансової інклюзії.

Проаналізовано рівень фінансової інклюзивності визначається на основі проведеного анкетування, яке містить вісімнадцять запитань і отримані результати об'єднують у дві групи.

Досліджено, фінансова інклюзія є одним з визначених напрямів, в основі якого є збільшення рівня доступності в користуванні усіма фінансовими послугами та зростанню фінансової грамотності та обізнаності населення країни. Фінансова інклюзія, як один із стратегічних напрямів сталого розвитку економічного зростання України, є забезпечення макрфінансової стабільності, підвищення надійності та технологічності фінансової системи, досягнення європейських стандартів на фінансовому ринку, підвищення довіри до фінансового ринку, виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та інших міжнародних договорів України. Зазначено компоненти фінансової інклюзивності. Виявлено, що в Україні низький рівень користування фінансовими послугами. Досліджено, як за допомогою фінансової інклюзії підвищується фінансова грамотність населення.

У статті досліджено інституціональні аспекти фінансової інклюзії та її елементи, які доцільно розвивати в умовах цифровізації економічних відносин. А саме забезпечення цифрового фінансового включення та запровадження відповідальних цифрових фінансових практик; просування розвитку цифрових фінансових послуг.

Обґрунтовано необхідність впровадження стратегічного розвитку фінансової інклюзії Національним банком України. Виокремлено, що стратегія щодо розвитку фінансової інклюзії в Україні повинна базуватися на якості фінансових послуг для населення, які мають доступ до них, та створювати нові шляхи розповсюдження хоча б базових послуг, а сама для населення, які не мають доступу до них.

Ключові слова: інклюзія, фінансова інклюзія, фінансові послуги, фінансові інститути, фінансові технології.

Summary. The article analyzes the reform of the financial sector of the economy. Available services for the population have been studied. It has been determined that many unbanked customers typically have some form of identification that is typically missing from the documentation and credit records required by financial service providers to assess creditworthiness and carrying out due diligence of consumers. Aspects of the formation of sustainability of financial inclusion are determined.

The analyzed level of financial inclusion is determined on the basis of the conducted questionnaire, which contains eighteen questions and the obtained results are combined into two groups.

It has been studied that financial inclusion is one of the identified directions, the basis of which is an increase in the level of accessibility in the use of all financial services and the growth of financial literacy and awareness of the country's population. Financial inclusion, as one of the strategic directions of the sustainable development of the economic growth of Ukraine, is to ensure macro-financial stability, increase the reliability and technology of the financial system, achieve European standards in the financial market, increase trust in the financial market, implement the Association Agreement between Ukraine and the EU and other international contracts of Ukraine. The components of financial inclusion are indicated. It was found that Ukraine has a low level of use of financial services. It was studied how the financial literacy of the population increases with the help of financial inclusion.

The article researched the institutional aspects of financial inclusion and its elements, which should be developed in the conditions of digitalization of economic relations. Namely, ensuring digital financial inclusion and introducing responsible digital financial practices; promoting the development of digital financial services.

The need to implement strategic development of financial inclusion by the National Bank of Ukraine is substantiated. It is highlighted that the strategy for the development of financial inclusion in Ukraine should be based on the quality of financial services for the population that has access to them, and create new ways of distributing at least basic services, and itself for the population that does not have access to them.

Key words: inclusion, financial inclusion, financial services, financial institutions, financial technologies.

Постановка проблеми. Макроекономічні дисбаланси, накопичені за попередні роки, політична криза початку 2014 року, окупація Криму та окремих районів Донецької і Луганської областей, а з 2022 року війна в Україні спровокували глибоку економічну кризу. Реформа, визначена в Комплексній програмі розвитку фінансового сектору України до 2020 року, затвердженій регуляторами фінансового сектору, була спрямована на подолання системних проблем у фінансовому секторі та розбудову повноцінного ринкового конкурентоспроможного середовища згідно зі стандартами Європейського Союзу. Реформа відбувалася за трьома напрямками: забезпечення стабільності фінансового сектору, розбудова інституційної спроможності регуляторів, захист прав споживачів та інвесторів фінансового сектору. А вже у Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року є виділено п'ять стратегічних напрямів, таких як: фінансова стабільність, макроекономічний розвиток, фінансова інклюзія, розвиток фінансових ринків та інноваційний розвиток. І власне, фінансова інклюзія є одним з визначених напрямів, в основі якого є збільшення рівня доступності в користуванні усіма фінансовими послугами та зростанню фінансової грамотності та обізнаності населення країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема фінансової інклюзії є досить актуальною в Україні так і за її межами, особлива увага

приділяється вченими та міжнародними фінансовими організаціями.

Наразі проблема фінансової інклюзії в усьому світі є досить актуальною та досліджується міжнародними фінансовими організаціями і вченими. Цінними в науковому сенсі дослідженнями проблематики становлення фінансової інклюзії є наукові праці та практичні дослідження і розробки таких знаних учених Ануфрієва К. [1], Дудинець Л, Верній Л. [2], Краус К. [3], Шкляр А. [1], Леоненко П. [4], Науменкова С.[5] та інші. Проте розгляд фінансової інклюзії як індикатора для доступності послуг потребує ще дослідження.

Метою статті є обґрунтування теоретичних засад фінансової інклюзії як індикатора доступності послуг, а також визначити перспективи та розвиток використання фінансових інструментів в Україні.

Виклад основного матеріалу. Отже, спочатку потрібно в цілому розібратися зі самим поняттям інклюзивності. Це певне система, яка залучає усіх громадян до різних сфер життя. Тобто, простіше кажучи, інклюзивність (інклюзія) — це інтеграція людей за діяльністю, організацією чи політичними процесами і т.д. Інклюзія має певні цінності, це визнання рівності між усіма, справедливості, різноманітності, співробітництва, спільності [6].

Щодо фінансової інклюзії — це рівність та доступ у використанні фінансових товарів та послуг.

В свою чергу, вони мають прийнятну ціну, відповідають усім потребам громадян та найголовніше доступні для усіх сегментів суспільства незалежно від соціального статусу, рівня доходу та місця проживання [7].

Протилежним поняттям є показник фінансового виключення — ускладнення доступу споживачів до базових фінансових послуг тому, що існують перешкоди (цінові та нецінові), які впливають на соціальне життя громадян.

Існують такі аспекти формування стійкості фінансової інклюзії:

1. Реальна та якісна можливість через фінансового посередника скористатися фінансовою послугою, іншими словами, доступність фінансових послуг. І відразу з цього пункту постає проблема, що фізично неможливо скористатися послугою на певних територіях. Що це означає? На прикладі доступності безготівкового рахунку, тобто ступеня розповсюдження торгової мережі POS-терміналів. Звісно, це не є найяскравіший приклад рівня доступності фінансових послуг, але все ж дозволяє нам оцінити загальну ситуацію. Візьмемо для порівняння відношення кількості населення на певних регіонах до кількості терміналів. Для Києва ця оцінка становить 16,2 шт./1тис. ос., наприклад, для Дніпра 8,5 шт./1тис. ос., для Харкова 6,5 шт./1тис. ос., відповідно є області з меншими показниками. Загально по Україні на одну тисячу населення припадає шість терміналів, тоді як у високорозвинених країнах понад п'ятдесят терміналів на одну тисячу осіб. Основною причиною такої нерівномірності є те, що для банків не вигідно надавати послуги у районах з меншою концентрацією населення. Тому банки зосереджують свою роботу там, де вони отримують окупність своїх інвестицій. Для зон з меншою економічною активністю доступ до фінансових послуг може бути забезпечена дистанційним шляхом за допомогою комп'ютерного або мобільного зв'язку. Тому існує певно перспектива розвитку для нових фінансових технологій.

2. Наступна запорука стійкості фінансової інклюзії є фінансова грамотність населення. Отже вміння населення управляти фінансами, грамотно розподіляти свої доходи, правильно їх примножувати, вміти оперувати фінансовими послугами та розуміти усю вигоду та ризик від обраної послуги. І постає ще одна проблема, це неосвіченість деяких груп користувачів. Наприклад, протягом останніх років ми може спостерігати випадки, коли особи розміщали свої кошти у небанківських фінансових установах, замість того, щоб відкрити депозит у банку або ж нерозуміння ризиків при

отриманні кредиту т.д. Тому населенню потрібно розвивати свою фінансову свідомість для того, щоб бути обізнаними та робити правильні та раціональні рішення щодо використання фінансових послуг.

3. Третя умова стійкості це захист прав користувача. Коли існує гарантія надання послуг та їх якісного виконання третьою стороною. Отже, виникає недоброчинна робота банків, які порушують закон «Про споживче кредитування», наприклад, реклама нульової процентної ставки за кредитом; клієнти не отримують повної інформації про кредит, а саме реальну ставку, річну вартість кредиту і т.д.

4. Ще одним чинником є рівень доходів населення. Доступність до фінансових послуг прямим принципом залежить від фінансової спроможності людей. Громадян, які знаходяться на межі бідності або ж бідні громадяни не можуть отримати цей доступ, навіть якщо ці послуги для групи з низьким рівнем доходів.

5. Наступний аспект — відсутність юридичної ідентичності. Прикладом цього є мігранти (економічні або політичні) та біженці, які не мають документів, що посвідчують особу та надають право на відкриття рахунків.

Наразі в усьому світі є два мільярди людей, які не можуть отримати доступ до фінансових послуг, оскільки їхні дані зберігаються в «традиційних» джерелах. Існує явна невідповідність між цими групами «небанківських» і тими, чиї дані зберігаються в інтернеті за допомогою інтернету та розумних пристроїв.

Індекс фінансової грамотності України є на одному рівні з найнижчими значеннями серед 30 країн в опитуванні ОЕСР, а саме з індексом Польщі. Таке значення ще раз демонструє, що програми з фінансової грамотності повинні стати в Україні пріоритетом [6].

Слід зазначити, що з відповідно до Стратегії розвитку фінансового сектору України до 2025 року один з головних напрямків є Стратегії розвитку фінансового сектору України FinTech. Відповідно до Стратегії розвитку FinTech будуть запроваджені та здійсненні такі напрямки:

- 1) зростання якості надання фінансових послуг на законодавчому рівні;
- 2) здійснення повного доступу до всіх фінансових продуктів, незалежно від розташування того чи іншого регіону;
- 3) розвивати та підвищувати фінансову обізнаність та грамотність населення, шляхом впровадження нових фінансових послуг на ринку з метою залучення більшої кількості населення;

4) створення сприятливих умов з метою розвитку бізнесу включаючи в першу чергу малий та середній [5].

В результаті реалізації таких напрямів буде надано доступ до фінансової інформації та фінансових продуктів, запроваджено програми для підвищення фінансової грамотності населення.

Фінансові послуги, засновані на технологіях, були провідними силами «банківських банків», але який нинішній стан у світі?

Хоча універсальна доступність цифрового банкінгу пройшла довгий шлях у пам'яті останніх років, більшість традиційних банківських процесів приєднання клієнтів продовжують оброблятися вручну, значною мірою покладаючись на традиційні дані кредитних бюро під час перевірок ідентичності. Головні банки все ще використовують різноманітні форми, паперові файли, ручні перевірки відповідності та особисту перевірку ідентифікації, процес, який довгий час вважався архаїчним, трудомістким і несе поганий досвід користувачів.

Існують значні групи населення, які залишаються без банківських послуг, але для того, щоб вони могли отримати доступ до фінансових послуг, яких вони потребують і заслуговують, дані, на які спираються в процесах перевірки, мають бути розширені, щоб включати більш сучасні джерела. Якщо ми розглянемо, наприклад, Аргентину, дані показують, що 51% жителів залишаються без банківських послуг, але 76% є активними користувачами соціальних мереж; демонструючи невідповідність між тим, як створюються дані, і джерелами даних, які використовуються для забезпечення споживачів основними потребами.

Якщо багато клієнтів, які не мають банківських послуг, зазвичай мають певну форму ідентифікації, вони зазвичай відсутні в документації та кредитних записах, необхідних постачальникам фінансових послуг для оцінки кредитоспроможності та проведення належної перевірки споживачів. У результаті цю демографічну групу часто називають клієнтами «тонких файлів».

Для порівняння, у всьому світі налічується близько 4,14 мільярда активних користувачів соціальних мереж, причому середній користувач працює на 8,3 різних соціальних платформах. І ця цифра постійно збільшується: понад 180 мільйонів нових користувачів отримали доступ до соціальних мереж у період з липня по вересень 2020 року; що дорівнює майже 2 мільйонам нових користувачів щодня. Майже 60% населення планети мають доступ до інтернету, і 91% з них вико-

ристовують свої мобільні пристрої, щоб принаймні деякий час виходити в Інтернет.

За результатами опитування USAID — Агентство США по міжнародному розвитку — було встановлено, що громадяни України не знають-ся у понятті фінансів, майже нічого не знаю про свої права та недовіряють фінансовим установам, і тому не використовують в повному обсязі фінансові послуги [7].

Рівень фінансової інклюзивності визначається на основі проведеного анкетування, яке містить вісімнадцять запитань і отримані результати об'єднують у дві групи.

Перша група індикатори A1 — населення, яке отримує фінансові послуги через посередників, тобто банки або банківські установи (B), A2 — через небанківських посередників (FO), A3 — через неофіційних фінансових провайдерів (FI) [4].

Порядок розрахунку:

1) $A1 = B$;

2) $A2 = B + FO$;

3) $A3 = B + FO + FI$.

Тому, для розвитку фінансового ринку важливо виявити та ліквідувати виявлені перешкоди отримання споживачам фінансових послуг, знизити обсяги неконтрольованого перерозподілу фінансів через неофіційні шляхи.

Щодо факторів фінансової інклюзивності доцільно додати такий важливий чинник як рівень довіри до фінансових установ. На даний час в Україні цей показник знаходиться на низькому рівні, виникає певна криза, яка сприяє такому явищу як те, що населення зберігає усі свої заощадження поза банками чи банківськими установами. Тому існує така закономірність — кількість тих, хто зберігає більшу частину коштів у банку значно менша за кількість тих, чиї заощадження знаходяться на «книжкових полицях».

Повертаючись до вирішення першої проблеми, фінансові послуги, засновані на технологіях, є провідними тенденціями до «банківських операцій без банків», роблячи щоденні фінансові операції доступними та зручними для користувачів майже для всіх — особливо для людей, які раніше не мали доступу до банків (фінансова залучення особливо важлива на ринках, що розвиваються, як-от Азія, Африка та Південна Америка). Запровадження надійного процесу підтвердження цифрової особи може позитивно вплинути на економічні можливості та добробут тих, хто не має права отримувати фінансові послуги.

Від великих сучасних торгових центрів до маленьких візків з їжею на розі вулиць, мобільні

платежі все ширше використовуються як повсякденний спосіб оплати. Фінтех-інновації знижують витрати на транзакції та послуги та охоплюють населення, яке інакше не могло б отримати вигоду від стандартних фінансових послуг. Незалежно від того, де ви живете, тепер ви можете подати заявку та отримати доступ до банківського рахунку.

Здійснюючи банківські операції з небанківськими банками, фінтех, ймовірно, спонукає традиційних гравців у секторі вводити інновації, у свою чергу, прискорюючи зміну режиму в секторі. Починаючи з людей, які традиційно були виключені (чи то через географію, чи то соціально-економічну), банки можуть створити більш інклюзивний фінансовий світ.

Наразі лише невелика меншість населення повністю перейшла на цифровий або конкурентний банк як основний банк. Іншими словами, рух до цифрового банкінгу відбувається і зростає. І як тільки банки-претенденти зможуть запропонувати споживачам надійність, стабільність, масштабованість і безпеку великих банків, а також витончений цифровий досвід і зосередженість на фінансовому добробуті, банківська справа стане більш доступною та інклюзивною.

База даних Global Findex — це найповніший у світі набір даних про те, як особи заощаджують, позичають, здійснюють платежі та керують ризиками. Згідно з базою даних, більше 20% людей у всьому світі отримують заробітну плату або державні трансферти готівкою, а багато людей у країнах, що розвиваються, оплачують рахунки готівкою.

Згідно з останніми даними GSMA Intelligence, сьогодні у світі налічується 5,26 мільярда унікальних користувачів мобільних телефонів, але 10,36 мільярда підключень до мобільних телефонів. Це означає, що на кожного унікального користувача в середньому припадає 1,96 з'єднання. Це свідчить про те, що дані, створені цими користувачами та платформами за допомогою розумних пристроїв, не використовуються для фінансового забезпечення цих клієнтів без банківських послуг.

Наприклад, на Філіппінах лише 34,5% населення мають банківський рахунок, але на кожну людину припадає 1,59 мобільних телефонів, а 67% населення є активними користувачами соціальних мереж, демонструючи явну невідповідність у тому, як генеруються та генеруються дані, як він використовується. Подібну історію розповідає і В'єтнам, де лише 30,8% населення мають банківський рахунок, але телефон є майже

на кожну людину і, знову ж таки, 67% населення є активними користувачами соціальних мереж.

Оскільки володіння рахунками є майже універсальним у країнах з високим рівнем доходу, практично всі дорослі, які не мають банківських послуг, живуть у країнах, що розвиваються, хоча існує відносно високий відсоток доступу до Інтернету. Китай та Індія, незважаючи на відносно високу кількість власників рахунків, претендують на значну частку світового населення без банківських послуг через їх величезний розмір.

Те ж саме можна сказати і про Індонезію — 7-му за величиною економіку світу — де лише 48,9% населення мають банківський рахунок, але на кожну людину припадає 1,24 телефонних з'єднання (81,4% населення володіє мобільним телефоном, якщо розділити на 1523) і 64% населення мають доступ до Інтернету. Ще більш приголомшливим є те, що лише 36,9% Мексики мають банківський рахунок, але в країні з 11-ю за величиною економікою у світі 69% населення мають доступ до Інтернету та активні користувачі соціальних мереж.

Такі альтернативні джерела даних, як ці, менш схильні до шахрайства. Наприклад, соціальні профілі часто формуються протягом кількох років і перевіряються їхніми зв'язками. Вони також є менш дорогими в обслуговуванні, ніж традиційні паперові документи, які, швидше за все, будуть втрачені або пошкоджені, вимагають зберігання, постійного оновлення та важко швидко орієнтуватися. Що ще важливіше, ці альтернативи дозволяють відкривати рахунки віддалено, знижуючи операційні витрати для банків, які прагнуть обслуговувати відокремлених споживачів.

Висновки. Стратегія щодо розвитку фінансової інклюзії в Україні повинна базуватися на якості фінансових послуг для населення, які мають доступ до них, та створювати нові шляхи розповсюдження хоча б базових послуг, а сама для населення, які не мають доступу до них. Ефективний спосіб підвищення рівня фінансової інклюзії є впровадження сучасних технологій, тому слід досліджувати цей аспект і на основі отриманих результатів, а саме проблем, які виникають, упроваджувати фінансові технології в Україні для їх вирішення. Фінансовий доступ полегшує повсякденне життя, а також допомагає сім'ям та компаніям планувати все — від довгострокових цілей до несподіваних надзвичайних ситуацій, тому підвищення рівня фінансової грамотності є пріоритетним.

Література

1. Ануфрієва К. В., Шкляр А. І. Фінансова інклюзія як чинник соціо-економічного розвитку. Український соціум. 2019. 3 (70). С. 59–77.
2. Дудинець Л. А., Верній Л. А. Фінансова інклюзивність та її детермінанти. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2018. Вип. 2(130). С. 8–13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2018_2_4 (дата звернення 05.01.2023).
3. Краус К. М., Краус К. М., Манжура О. В. Електронна комерція та Інтернет-торгівля: навчально-методичний посібник. К.: Аграр Медіа Груп, 2021. 454 с.
4. Леоненко П. М., Краус Н. М. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності в Україні за технологічними укладами. Фінанси України. 2016. 4 (245). С. 50–64.
5. Науменкова С., Міщенко С. Цифрова фінансова інклюзія: можливості та обмеження для України. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2020. 1–2 (274–275). С. 133–149.
6. Фінансова інклюзія. Важливість фінансової інклюзії. URL: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=3961976&cat_id=3115908 (дата звернення 05.01.2023).
7. Форум з фінансової інклюзії. URL: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=71600439&showTitle=true
8. Стратегії розвитку фінансового сектору 2025. URL: <https://bank.gov.ua/news/all/strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do-2025-roku-7686> (дата звернення 05.01.2023).

References

1. Anufrieva, K.V. and Shklyar, A.I. (2019), «Financial inclusion as a factor of socio-economic development», *Ukrainskyi sotsium*, no. 3 (70), pp. 59–77. (accessed 05 January 2023).
2. Dudynets, L.A. and Vernii, L.A. (2018), «Financial inclusiveness and its determinants», *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnogo periodu Ukrainy*, vol. 2 (130), pp. 8–13. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2018_2_4 (accessed 05 January 2023).
3. Kraus, K.M., Kraus, N.M. and Manzhura, O.V. (2021), *Elektronna komertsiya ta Internet-torhivlya [E-commerce and Internet commerce]*, Agrar Media Hryp, Kyiv, Ukraine.
4. Leonenko, P.M. and Kraus, N.M. (2016), «Financial support of innovation activity in Ukraine according to technological systems», *Financy Ukrainy*, vol. 4 (245), pp. 50–64.
5. Naumova, S. and Mishcheko, S. (2020), «Digital financial inclusion: opportunities and limitations for Ukraine», *Naukovyi visnyk Odeskogo natsionalnogo ekonomichnogo universytetu*, no. 1–2 (274–275), pp. 133–149.
6. Financial inclusion. The importance of financial inclusion. Available at: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=3961976&cat_id=3115908 (accessed 05 January 2023).
7. Forum on financial inclusion. Available at: https://old.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=71600439&showTitle=true (accessed 05 January 2023).
8. «Strategiyi rozvytku finansovogo sektoru 2025». Available at: <https://bank.gov.ua/news/all/strategiya-rozvitku-finansovogo-sektoru-ukrayini-do-2025-roku-7686/> [in Ukrainian] (accessed 05 January 2023).

Нікітішин Андрій Олександрович
*доктор економічних наук, доцент,
декан обліково-фінансового факультету
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ*
Nikitishin Andriy
*Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Accounting and Finance
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of
State University of Trade and Economics*
ORCID: 0000-0002-7951-4017

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8571

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ TAX POLICY UNDER MARTIAL LAW

Анотація. Предметом дослідження є теоретичні засади та механізм розробки і реалізації податкової політики держави в умовах воєнного стану. Метою дослідження є обґрунтування домінант державної податкової політики, враховуючи виклики сучасної війни. Задля вирішення поставлених завдань дослідження використано сукупність методів і підходів, що надало змогу забезпечити концептуальну єдність дослідження. Застосовано системний й структурний підходи, методи узагальнення, аналітичної оцінки, синтезу, порівняння, наукового абстрагування.

В статті обґрунтовано пріоритетні напрями податкової політики держави, враховуючи виклики воєнного стану та особливого періоду. Систематизовано інституційні зміни податкової політики держави після повномасштабної війни. Визначено, що ключовим принципом сучасної податкової політики України є адаптивність. Досліджено показники формування доходів Державного бюджету України після початку гібридної та повномасштабної агресії. Визначено потребу проведення комплексної податкової реформи в умовах післявоєнної візбудови.

Домінантними напрямками розвитку податкової політики держави в сучасних умовах має стати: ефективне управління діяльністю податкових інституцій за рахунок підвищення рівня автоматизації робочих процесів та процедур, створення умов для забезпечення стабільної та захищеної ІТ-інфраструктури, подальшого удосконалення системи внутрішнього контролю органів Державно податкової служби України; нова якість адміністрування податків і зборів з урахуванням масштабних викликів пов'язаних із запровадженням воєнного стану; комплексна боротьба з ухиленням від оподаткування на основі імплементації міжнародних стандартів та покращення наявних аналітичних інструментів. Затяжна тривалість війни та суттєве зростання дефіциту бюджету обумовлює необхідність розширення фіскального простору країни, що є актуальним напрямком подальших досліджень.

Ключові слова: податки, податкова політика, бюджетні доходи, фіскальна результативність, воєнний стан.

Summary. The research subject includes the theoretical basis and mechanism of tax policy under martial law formation and realization. The study aims to determine tax policy priorities, considering the modern war challenges. In order to achieve the appropriate tasks, we used a set of methods and approaches that helped to ensure the conceptual unity of our investigation. The systemic and structural approaches, generalization methods, analytical evaluation, synthesis, comparison, scientific abstraction are applied.

In the paper we distinguished the dominants of tax policy, taking the challenges of martial law and the special period into account. Also, we systematized the institutional changes in the tax policy after the full-scale war. It was determined that adaptability is the key principle of tax policy formation in Ukraine now. We compared the budget revenues' indicators of the State Budget of Ukraine after the beginning of the hybrid and full-scale aggression. The need for a comprehensive tax reform in the post-war reconstruction period has been determined.

In modern conditions the dominants of tax policy should be: effective fiscal management by increasing the level of work automation, creating conditions for ensuring a stable and protected IT infrastructure, further improvement of the internal control

system of the State Tax Service of Ukraine; new quality of taxes and fees administration, taking into account the large-scale challenges associated with the introduction of martial law; comprehensive fight against tax evasion based on the implementation of international standards and improvement of existing analytical tools. The war duration and the significant increase of fiscal deficit determine the need to enhance the fiscal space, which is a vital direction for further research.

Key words: taxes, tax policy, budget revenues, fiscal performance, martial law.

Постановка проблеми. Війна суттєво вплинула на економіку України, Європи та світу загалом. З початком повномасштабної військової агресії уряд оперативно розпочав реалізовувати дискреційну фіскальну політику — цілеспрямовано змінюючи розміри податкових доходів, державних витрат, сальдо державного бюджету тощо, активно протидіючи негативним наслідкам викликаних війною. На перший план вийшла стимулююча податкова політика, зокрема зменшення податкового навантаження на платників податків, їх підтримка в умовах різкого погіршення умов ведення фінансово-господарської діяльності. В умовах воєнного стану, для підтримки належного рівня соціально-економічного розвитку країни, важливо формувати нові та коректувати діючі домінанти податкової політики держави з метою забезпечення збалансованого бюджетно-податкового регулювання, що визначає актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку механізму формування і реалізації податкової політики досліджувалися у наукових працях Т. Каневої [9], М. Пасічного [1; 7; 9], К. Швабія [2], І. Чугунова [1; 9]. Значна увага зарубіжних і вітчизняних учених приділена питанням удосконалення регуляторного механізму податкової політики, зокрема таких як: А. Ауербах [3], Ф. Біанчі [4], Дж. Бостон та Р. Пребл [5], А. Соколовська [6] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість публікацій з даної проблематики, питання удосконалення підходів до розробки і реалізації державної податкової політики в умовах війни в Україні залишаються недостатньо дослідженими.

Мета дослідження полягає у обґрунтуванні головних напрямів розвитку податкової політики, враховуючи виклики сучасної війни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Податкова політика займає важливе місце серед заходів економічної політики у країнах із розвинутою та трансформаційною економікою. Згідно теоретичних концепцій та емпіричних спостережень найбільш нейтральними до процесів економічного розвитку є категорія податків на споживання. Враховуючи вітчизняні реалії, де податок

на додану вартість (далі ПДВ), акцизний податок та мито генерують більше половини податкових надходжень владним інституціям слід сконцентруватись на питаннях розвитку механізму адміністрування, забезпечити прогнозованість та стабільність податкового середовища для платників податків, та підвищити результативність взаємної співпраці щодо розвитку податкового законодавства. За сучасних умов критично важливим є дотримання та виконання державою зобов'язань щодо відшкодування ПДВ, адже при економічній рецесії та зниженні експортного потенціалу підприємства потребують оборотних коштів. Демонструючи виконання своїх зобов'язань, держава сприятиме зростанню рівня довіри платників податків до здійснюваної політики, що є важливим фактором забезпечення економічного розвитку у наступних бюджетних періодах [1].

Належний рівень реалізації податкової політики вимагає оперативного реагування владними інституціями на екзогенні та ендогенні чинники, які впливають на фіскальні механізми формування податкових надходжень зведеного, державного та місцевих бюджетів [5]. Для податкової політики є характерним вплив на соціально-економічні процеси із затримкою — часовий лаг, який включає:

- розрив сприйняття — проміжок між початком розбалансування та його ідентифікацією;
- адміністративний розрив — час від розробки заходів до початку їх реалізації;
- операційний розрив — період між початком реалізації заходів та їх дією на практиці, отриманням результату.

У зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України в Україні 24 лютого 2022 року введено воєнний стан. Уряду вдалося максимально швидко зміцнити інституційну базу та реалізувати комплекс заходів дискреційної фіскальної політики з метою забезпечення належного функціонування вітчизняної економіки, бюджетної та податкової системи. Вагомими інституційними змінами у податковій політиці держави стала лібералізація системи оподаткування, зокрема надано можливість для суб'єктів господарювання працювати на спрощеній системі оподаткування та сплачувати податок за ставкою 2% від обороту.

До введення зазначених змін ставка була 3% для платників податку на додану вартість та 5% для неплатників зазначеного податку з річним лімітом доходу 7,6 млн. грн. Для платників єдиного податку 1-ї та 2-ї груп на період дії воєнного стану в країні передбачено добровільну сплату цього податку. Також звільнено від оподаткування податком на додану вартість операції з ввезення товарів на митну територію України платниками єдиного податку 1-ї, 2-ї та 3-ї групи, що сплачують податок за ставкою 2%.

Вже з 17 березня 2022 р. влада вдалась до застосування пониженої ставки ПДВ у розмірі 7% для пального задля недопущення різкого стрибку цін в країні на даний тип товарів в умовах зростання вартості нафти на світових ринках. Одночасно було скасовано сплату акцизного пального на нафтопродукти, водночас з 30 вересня 2022 р. влада повернулася до його справляння, але за ставками, які суттєво нижчі за довоєнний рівень — 100 євро/1000 л для бензину й дизелю, 52 євро/1000 л для газу [8].

Значної трансформації зазнала система податкового контролю: встановлено частковий (дозволяється проведення фактичних та камеральних перевірок — у разі подання заяви про повернення суми бюджетного відшкодування) та тимчасовий (на період дії правового режиму воєнного стану) мораторій на проведення податкових перевірок платників податків. Врегульовано питання втрати первинних документів на території населених пунктів, де проводять (проводили) бойові дії.

Вагомим змін зазнав механізм притягнення платників податків до відповідальності за порушення інституційних правил оподаткування. На період дії воєнного стану звільнені від відповідальності за такі дії платників податків і зборів: недотримання термінів сплати податків і зборів та термінів подання податкової звітності; відсутність реєстрації у відповідних реєстрах; неподання електронних документів, що містять дані про фактичні залишки пального й обсяг обігу пального або спирту етилового. Після припинення або скасування воєнного стану зазначенні податкові порушення необхідно буде виконати протягом шести місяців.

Значних трансформацій зазнав механізм оподаткування ПДВ:

- на період дії правового режиму воєнного стану на пальне передбачено пільгову ставку податку в розмірі 7%, але не довше ніж до 1 липня 2023 р.;
- звільнено від оподаткування податком та ввізним митом імпорт нового обладнання для індустріальних парків;

- не буде оподатковуватися гуманітарна допомога, завезена громадськими організаціями.
- Розширено повноваження органів місцевого самоврядування при встановленні місцевих податків та/або зборів і податкових пільг зі сплати місцевих податків та/або зборів.

Доцільно оперативні вносити зміни до податкового і митного законодавства в подальшому, з метою відновлення та стимулювання діяльності суб'єктів господарювання в умовах війни, але з мінімізацією втрат бюджетних надходжень.

З початком повномасштабної війни вагомим змін зазнала інституційна архітектура бюджетно-податкової політики країни. Роль податкових надходжень, як найважливішого джерела формування доходів Державного бюджету України, зменшилася, а кредитів від Міжнародних фінансових організацій, доходів від військових облігацій, а також двосторонніх кредитів та грантів — збільшилася.

Військові дії відразу вплинули на структуру податкових надходжень Державного бюджету України:

- за період березень-травень 2014 р. у порівнянні з березнем-травнем 2013 р. частка податку та збору на доходи фізичних осіб у загальних податкових надходженнях зросла на 0,19 відс. пунктів, рентної плати на 1,22, акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) на 1,81, а таких податків як податку на прибуток підприємств зменшилася на 2,95 відс. пунктів, акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції) на 2,55, ПДВ з вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) на 1,55, ПДВ з ввезених на територію України товарів на 3,13, а також податків на міжнародну торгівлю та зовнішні операції на 0,55;
- за період березень-травень 2022 р. у порівнянні з березнем-травнем 2021 р. частка податку та збору на доходи фізичних осіб у загальних податкових надходженнях зросла на 0,93 відс. пунктів, податку на прибуток підприємств зменшилася на 2,05, ПДВ з вироблених в Україні товарів (робіт, послуг) на 0,56, рентної плати на 5,26, а таких податків як акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції) зменшилася на 2,82 відс. пунктів, акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) на 2,33, ПДВ з ввезених на територію України товарів на 7,86, а також податків на міжнародну торгівлю та зовнішні операції на 1,36 [8].

В умовах трансформації системи державних фінансів доцільним є вдосконалення податкових інституційних механізмів, які відповідають за формування доходів бюджетів усіх рівнів. Бюджет виступає важливим інструментом державного регулювання економіки країни, дієві механізми та інструменти формування його дохідної частини є необхідною умовою ефективної бюджетної політики [1; 6; 7; 9].

Аналізуючи структуру Державного бюджету України за січень-вересень 2022 р. за доходами відмітимо, що найбільшу частку становлять податкові надходження — 54,83% (за аналогічний період минулого року — 85,37%), надходження від Європейського Союзу, урядів іноземних держав, міжнародних організацій, донорських установ — 27,35% (відповідно 0,10%) та неподаткові надходження — 17,32% (13,52%). Зовсім незначну бюджетоформуючу роль відіграють доходи від операцій з капіталом — 0,05%, надходження від органів державного управління — 0,45% та цільових фондів — 0,01%.

У структурі податкових надходжень Державного бюджету України за січень-вересень 2022 р. найбільшу частку займали: внутрішні податки на товари та послуги 59,82%, податки на доходи, податки на прибуток, податки на збільшення ринкової вартості — 28,03%, рентна плата та плата за використання інших природних ресурсів — 9,38%.

Сучасний етап розвитку податкових відносин характеризується посиленням деструктивного впливу податкового боргу на стан формування доходів бюджету. З моменту повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України податковий борг платників податків збільшився на 16,8 млрд. грн., що у 10 разів більше, аніж за весь 2021 рік. За минулий 2021 р. податковий борг виріс тільки на 1,7 млрд. грн. [8].

Одним із важливих завдань податкової політики є забезпечення повноти сплати платниками податків і зборів, нарахованих податкових зобов'язань. Рівень податкового боргу, відображаючи ефективність діяльності державних інституцій, на яких покладений обов'язок адміністрування податків і зборів, негативно впливає на стан виконання бюджету країни, зменшує дієвість бюджетно-податкової політики.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Повно-масштабна військова агресія має вагомий вплив на джерела формування доходів Державного бюджету України: за січень-вересень 2022 року найбільшу частку доходів становлять податкові надходження — 54,83%. Проте, за аналогічний період 2021 року їх частка становила — 85,37%, що свідчить про значне зменшення їхньої бюджетоформуючої ролі. Домінантними напрямками розвитку податкової політики держави в сучасних умовах має стати:

- ефективне управління діяльністю податкових інституцій за рахунок підвищення рівня автоматизації робочих процесів та процедур, створення умов для забезпечення стабільної та захищеної ІТ-інфраструктури, подальшого удосконалення системи внутрішнього контролю органів Державно податкової служби України;
- нова якість адміністрування податків і зборів з урахуванням масштабних викликів пов'язаних із запровадженням воєнного стану;
- комплексна боротьба з ухиленням від оподаткування на основі імплементації міжнародних стандартів та покращення наявних аналітичних інструментів.

У найближчому майбутньому необхідно забезпечити розвиток сфери податкової безпеки держави та бізнесу на основі адаптації бази оподаткування відповідно до змін екзогенного та ендогенного середовища, що є актуальним напрямком подальших досліджень.

Література

1. Чугунов І., Пасічний М., Нікітішин А. Доходи Державного бюджету України в умовах воєнного стану. SCIENTIA FRUCTUOSA. 2022. № 5. С. 124–137.
2. Швабій К. Пріоритети податкової політики держави в Україні. Світ фінансів. 2021. Вип. 1. С. 149–162.
3. Auerbach A.J. Measuring the effects of corporate tax cuts. Journal of Economic Perspectives. 2018. 32(4). P. 97–120.
4. Bianchi F., Ilut C. Monetary/fiscal policy mix and agents' beliefs. Review of economic Dynamics. 2017. 26. P. 113–139.
5. Boston J., Prebble R. The role and importance of long-term fiscal planning. Policy Quarterly. 2013. 9(4).
6. Податкова гармонізація в Україні в умовах реалізації Угоди про асоціацію між Україною і ЄС: монографія / за ред. А.М. Соколовської; ДННУ «Акад. фін. управління». К., 2017. 448 с.

7. Пасічний М.Д. Фінансова політика держави: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. 440 с.
8. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua> (дата звернення: 15.12.2022 р.).
9. Kaneva T., Chugunov I., Pasichnyi M., Nikitishin A., Husarevych N. Tax Policy for Economic Recovery and Sustainable Development After COVID-19. *PROBLEMY EKOROZWOJU*. 2022. 17(2). P. 102–109.

References

1. Chuhunov I., Pasichnyy M., Nikitishyn A. (2022). Dokhody Derzhavnogo byudzhetu Ukrayiny v umovakh voyennoho stanu [State budget revenues of Ukraine amid martial law]. *SCIENTIA FRUCTUOSA*, 5, 124–137. [in Ukraine].
2. Shvabiy, K. (2021). Priorytety podatkovoyi polityky derzhavy v Ukraini [State tax policy priorities in Ukraine]. *Svit finansiv*, 1, 149–162. [in Ukraine].
3. Auerbach, A. J. (2018). Measuring the effects of corporate tax cuts. *Journal of Economic Perspectives*, 32(4), 97–120. [in English].
4. Bianchi, F., & Ilut, C. (2017). Monetary/fiscal policy mix and agents' beliefs. *Review of economic Dynamics*, 26, 113–139 [in English].
5. Boston, J., & Prebble, R. (2013). The role and importance of long-term fiscal planning. *Policy Quarterly*, 9(4) [in English].
6. Podatkova harmonizatsiia v Ukraini v umovakh realizatsii Uhody pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu i YeS [Tax harmonization in Ukraine under the terms of the Association Agreement between Ukraine and the EU]. Kyiv: DNNU «Akad. fin. upravlinnia», 2017 [in Ukraine].
7. Pasichnyj, M. D. (2019). Finansova polityka derzhavy [Financial Policy of the State], Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine.
8. Oficijnyj sayt Ministerstva finansiv Ukrai'ny [Official website of the Ministry of Finance of Ukraine]. URL: <https://www.mof.gov.ua> (data zvernennja 15.12.2022) [in Ukraine].
9. Kaneva, T., Chugunov, I., Pasichnyi, M., Nikitishin, A., & Husarevych, N. (2022). Tax Policy for Economic Recovery and Sustainable Development After COVID-19. *PROBLEMY EKOROZWOJU*, 17(2), 102–109 [in English].

Яценко Наталя Михайлівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та фінансів*

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Yatsenko Natalia

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Accounting and Finance

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

Глухова Валентина Іванівна

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувачка кафедри обліку та фінансів*

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Glukhova Valentyna

PhD in Economics, Associate Professor,

Head of the Department of Accounting and Finance

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2023-1-8565

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ В УКРАЇНІ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В УКРАИНЕ

THEORETICAL ASPECTS OF FINANCIAL CONTROL IN UKRAINE

Анотація. В умовах воєнного стану економіка України характеризується найбільшим падінням ВВП за роки незалежності, величезними втратами активів та доходів від експорту, безпрецедентними енергетичною та демографічною кризою. Такий стан економіки вимагає застосування дієвого механізму, здатного впливати на стабілізацію економічної ситуації в країні і таким механізмом є фінансовий контроль. Фінансовому контролю належить важлива роль у створенні умов для фінансової стабільності країни та можливості розвитку бізнесу. Крім того, саме фінансовий контроль є основним джерелом інформації про дійсний фінансовий стан країни, окремого господарюючого суб'єкта, резерви діяльності та про можливі випадки шахрайства.

На сьогоднішній день в Україні існує велика кількість органів державного нагляду (контролю), які мають повноваження проводити перевірки суб'єктів господарювання у межах своєї компетенції, наразі в нашій державі існує 43 контролюючих органи типу центрального органу та обласних державних адміністрацій, й ще 413 контролюючих органа типу територіальних [1]. Таке зростання суб'єктів контролю спричинило певні проблеми у визначеності термінів в законодавстві та ототожнюванні окремих понять тощо. При цьому гостро постало питання уточнення теоретичної бази фінансового контролю. Тому в статті розкрито основні теоретичні аспекти фінансового контролю. Показано місце, роль фінансового контролю у системі контролю, досліджено дефініції «контроль», «фінансовий контроль».

Авторами проведено дослідження існуючих наукових праць вітчизняних науковців, які досліджували актуальні питання пов'язані з фінансовим контролем. Також авторами зроблені висновки, що сьогодні не існує повного і чіткого визначення дефініції «фінансовий контроль», що погіршує процес ефективного управління публічними ресурсами і має негативний вплив на соціально-економічний стан України та запропоновано шляхи усунення визначених проблем.

Ключові слова: контроль, перевірка, державний контроль, фінансовий контроль.

Аннотация. В условиях военного положения экономика Украины характеризуется наибольшим падением ВВП за годы независимости, огромными потерями активов и доходов от экспорта, беспрецедентными энергетическим и демографическим кризисом.

Такое состояние экономики требует применения действенного механизма, способного влиять на стабилизацию экономической ситуации в стране и таким механизмом является финансовый контроль. Финансовому контролю принадлежит важная роль в создании условий для финансовой устойчивости страны и возможности развития бизнеса. Кроме того, именно финансовый контроль является основным источником информации о действительном финансовом состоянии страны, отдельного хозяйствующего субъекта, резервах деятельности и возможных случаях мошенничества.

На сегодняшний день в Украине существует большое количество органов государственного надзора (контроля), которые имеют полномочия проводить проверки субъектов хозяйствования в пределах своей компетенции, сейчас в нашем государстве существует 43 контролирующих органа типа центрального органа и областных государственных администраций и еще 413 контролирующих органа. типа территориальных [1]. Такой рост субъектов контроля вызвал определенные проблемы в определении терминов в законодательстве и отождествлении отдельных понятий и т.п. При этом остро встал вопрос уточнения теоретической базы финансового контроля. Поэтому в статье раскрыты основные теоретические аспекты финансового контроля. Показано место, роль финансового контроля в системе контроля, исследованы дефиниции «контроль», «финансовый контроль».

Авторами проведены исследования существующих научных работ отечественных ученых, которые исследовали актуальные вопросы по финансовому контролю. Также авторами сделаны выводы, что сегодня нет полного и четкого определения дефиниции «финансовый контроль», что ухудшает процесс эффективного управления публичными ресурсами и оказывает негативное влияние на социально-экономическое состояние Украины и предложены пути устранения определенных проблем.

Ключевые слова: контроль, проверка, государственный контроль, финансовый контроль.

Summary. In the conditions of martial law, the economy of Ukraine is characterized by the biggest drop in GDP since the years of independence, huge loss of assets and income from exports, unprecedented energy and demographic crisis.

Such a state of the economy requires the use of an effective mechanism capable of influencing the stabilization of the economic situation in the country, and such a mechanism is financial control. Financial control has an important role in creating conditions for the financial stability of the country and the possibility of business development. In addition, it is financial control that is the main source of information about the actual financial condition of the country, individual enterprises, activity reserves and about possible cases of fraud.

To date, there is a large number of state supervision (control) bodies in Ukraine, which have the authority to conduct inspections of economic entities within their competence, currently in our country there are 43 control bodies of the type of central body and regional state administrations, and another 413 control bodies type of territorial [1]. This growth of subjects of control has caused certain problems in the definition of terms in legislation and the identification of certain concepts, etc. At the same time, the issue of clarifying the theoretical basis of financial control has become acute. Therefore, the main theoretical aspects of financial control are disclosed in the article. The place and role of financial control in the control system is shown, the definitions of «control», «financial control» are studied.

The authors conducted a study of the existing scientific works of domestic scientists who investigated topical issues related to financial control. The authors also concluded that today there is no complete and clear definition of the definition of «financial control», which worsens the process of effective management of public resources and has a negative impact on the socio-economic state of Ukraine, and suggested ways to eliminate the identified problems.

Key words: control, inspection, state control, financial control.

Постановка проблеми. Економіка України в умовах воєнного стану характеризується: масштабним структурним шоком для економіки України, одним із наслідків якого стала втрата державним бюджетом значної частини надходжень у вигляді податків та митних платежів, суттєвою зміною структури попиту та виробництва, втратою ринків збуту, втратою персоналу. За таких умов виникає гостра потреба в дієвому важелі, здатному вплину-

ти на стабілізацію економічної ситуації в країні. Таким важливим інструментом публічного управління, що дає змогу досягти виконання завдань, які стоять перед економікою України в умовах воєнного стану і зменшити ризики помилок та корупційних ризиків, є державний фінансовий контроль, який здійснюється від імені держави спеціально створеними органами державного фінансового контролю. Відомо, що фінансовий контроль є обов'язковим

елементом економіки будь-якої країни, при цьому у залежності від специфіки державного управління в певній країні, фінансовий контроль також змінює власні властивості.

Фінансовий контроль в Україні немає примусового характеру, керівництво господарюючих суб'єктів усвідомлює необхідність контролю і за власною ініціативою здійснює контрольні заходи на власних підприємствах. Це сприяло виникненню великої кількості нових форм фінансового контролю та поширення його суб'єктів. При цьому актуальним стало питання уточнення теоретичних аспектів фінансового контролю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні засади фінансового контролю знайшли своє відображення в працях багатьох вітчизняних вчених, таких як: [2; 4; 3; 6; 10; 14] та інших. Незважаючи на наявні наукові дослідження з питань фінансового контролю в сучасних умовах, існують питання ще залишаються дискусійними та невирішеними, а отже потребують подальшого доопрацювання.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження концептуальних підходів до визначення фінансового контролю та визначення авторської дефініції «фінансовий контроль», з'ясування особливих ознак фінансового контролю, визначення умов підвищення ефективності контрольних заходів органів фінансового контролю.

Виклад основного матеріалу. Фінансовий контроль здійснюється в установленому законодавством порядку всією системою органів державної влади та місцевого самоврядування, в тому числі спеціальними контролюючими органами.

Фінансовий контроль забезпечує законність у фінансовій і господарській діяльності. Він є одним із засобів попередження безгосподарності, виявлення фактів зловживань, марнотратства. Від дієвості фінансового контролю, в значному ступені залежить ефективність роботи органів управління і ефективність суспільного виробництва. Тому його призначення повинно відповідати задачам самого управління. Як частина соціального управління державний контроль реалізується в формі спостереження за діяльністю підконтрольного об'єкта, яка має узгоджуватися із розпорядженнями (нормативами); його загальною метою є виявлення результатів регуляторного впливу суб'єкта на об'єкт, у визначенні відхилень від встановлених контрольних показників і їх оцінці [2].

У наукових працях вітчизняних вчених досліджуються еволюція формування двох взаємо-

пов'язаних дефініцій «контроль» і «фінансовий контроль». Розглянемо кожен дефініцію.

Контроль як функція управління органів влади є засобом підтримки правопорядку в усіх сферах суспільного виробництва. У наукових дослідженнях дефініція «контроль» розглядається, з одного боку як специфічна публічно-правова форма діяльності державних органів, а з другого, як організаційно-правовий спосіб забезпечення ефективного використання ресурсів. При цьому слід підкреслити, що країна не може нормально функціонувати і розвиватись без чітко організованої системи контролю за виробництвом, розподілом і перерозподілом суспільного продукту та іншими сферами суспільного життя в державі.

Категорія «контроль» є історичною категорією, її виникнення пов'язане із суспільним процесом праці, сама природа якого зумовлює необхідність управління, яке встановлює узгодженість між індивідуальними роботами і виконує загальні функції. У XVIII ст. А. Файоль обґрунтував необхідність контролю у процесі управління і надав тлумачення цій категорії «... контроль полягає в тому, щоб перевірити чи все виконується відповідно до затверджених планів, розроблених інструкцій та встановлених принципів. Його ціль — виявити слабкі місця та помилки, своєчасно виправити їх та не допустити повторень. Контролюється все: предмети, люди, дії» [3].

Слід відмітити, що слово «контроль» походить від французького «controle» і означає «перевірка». При цьому, французьке controle (count + role) утворилося від латинського префікса contra, що означає протидія, і слова role, яке означає виконання якоїсь дії.

Дефініція «контроль» має неоднозначне трактування, яке охоплює собою багато функцій і значень, а також різні види і форми. Вітчизняні фахівці сучасної політичної економії наголошують, що однією з основних функцій фінансів є контрольна, яка полягає у контролі за розподілом ВВП у відповідні фонди грошових засобів суб'єктів господарювання й держави та використанням їх за цільовим призначенням. Що дозволяє оцінити стан економіки держави та ефективність використання фінансових і матеріальних ресурсів.

Прасюк В. М. визначає, що «..контроль можна тлумачити як перевірку, а також спостереження з метою протистояння чомусь небажаному для виявлення, попередження та припинення протиправної поведінки» [4].

У українській мові слово «контроль» вживається в таких значеннях:

перевірка, облік діяльності когось, чогось, нагляд за кимось, чимось; організація, що здійснює контроль за кимось, чимось або перевіряє когось та щось. З етимологічного погляду контроль — це порівняння (зіставлення чи протиставлення) кількох тверджень. На думку багатьох науковців під контролем необхідно розуміти перевірку та нагляд за дотриманням і виконанням нормативно встановлених завдань, обов'язків, планів і рішень, тобто оцінку фактичного стану підконтрольного об'єкта.

Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», визначає сутність державного контролю як діяльність уповноважених законом центральних органів виконавчої влади, їх територіальних органів, державних колегіальних органів, органів виконавчої влади Автономної Республіки Крим, органів місцевого самоврядування в межах повноважень, передбачених законом, щодо виявлення та запобігання порушенням вимог законодавства суб'єктами господарювання та забезпечення інтересів суспільства, зокрема належної якості продукції, робіт та послуг, прийняттого рівня безпеки для населення, навколишнього природного середовища [5].

У наукових дослідженнях проблематики фінансового контролю в Україні відсутній єдиний підхід до визначення сутності фінансового контролю, його структури, принципів, функцій та особливостей. Розглянемо деякі з них. Обґрунтовано дослідження сутності фінансового контролю,

його правових засад організації та видів надається у монографії Л. А. Савченко, у якій зокрема розглядається господарська діяльність як об'єкт фінансового контролю [6].

Державний фінансовий контроль як систему безупинних контрольних дій за функціонуванням об'єктів управління досліджує Н. П. Владімірова [7, с. 43]. Г. Бовсуновська [8], М. Коніна [9] розглядають фінансовий контроль як функцію управління фінансами. О. М. Петрук, Н. Г. Виговська [10] досліджують фінансовий контроль з точки зору синергетичного підходу. В. М. Прасюк стверджує, що сутність фінансового контролю розкривається у взаємозв'язку зі сферою застосування й сферою функціонування фінансів [4].

На нашу думку фінансовий контроль являє собою державну діяльність у сфері фінансів, яка спрямована на економічні відносини між суб'єктами господарювання економіки країни, регіону, організації. При цьому фінансовий контроль, слід розглядати як систему, який характерні наступні властивості: цілісність, цілеспрямованість, динамічність, багатовекторність, самоорганізація, ієрархічність тощо.

Слід підкреслити, що фінансовий контроль сьогодні спрямовано на охоплення найбільш ризикових сфер діяльності підприємств, установ і організацій та контроль значних фінансових потоків, для забезпечення стійкості фінансової системи країни.

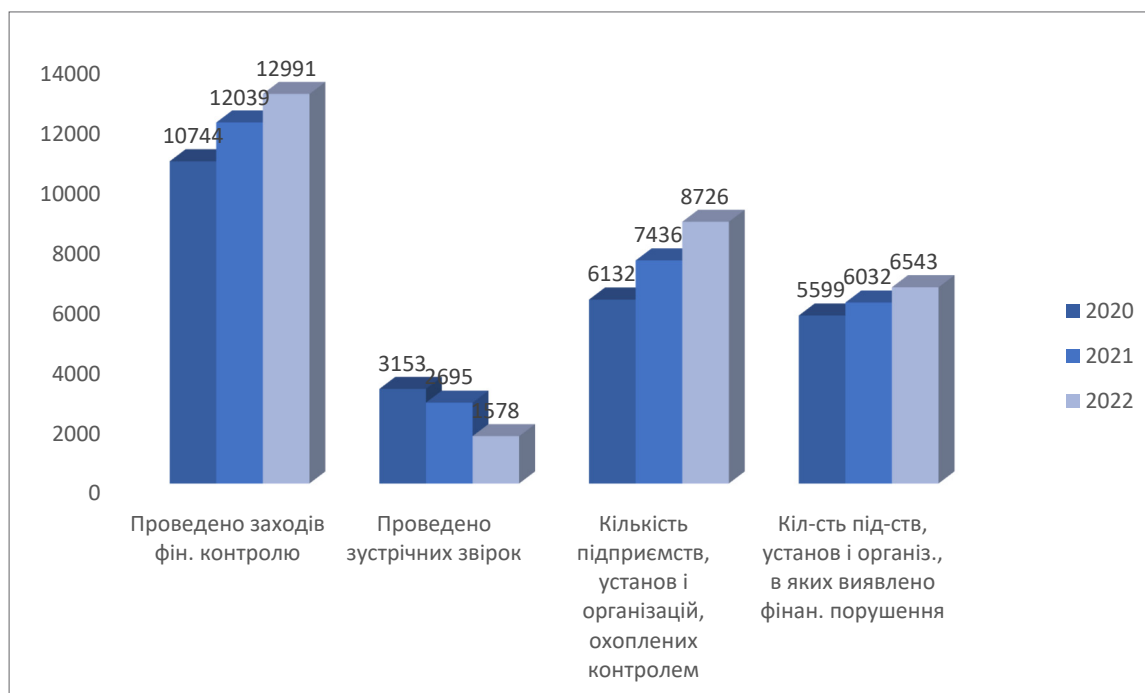


Рис. 1. Обсяги охоплення контролем фінансових та матеріальних ресурсів у 2020–2022 роках органами ДАС

Джерело: [11; 12; 13]

Розглянемо динаміку заходів державного фінансового контролю за період з 2020–2022 рр.

Згідно зі Звітом про результати діяльності Державної аудиторської служби України, її міжрегіональних територіальних органів під час проведення ревізій і перевірок у 2020 р. охоплювалось контролем 6132 підприємства, установи і організації, у 2022 році кількість підприємств, установ та організацій охоплених контролем зростає на 952 об'єкта і становила 12991 об'єкт (рис. 1).

Результативність роботи державних аудиторів характеризується показником кількості підприємств, установ і організацій, в яких виявлено фінансові порушення, так у 2022 р. органами ДАС було виявлено фінансові порушення на 6543 підприємствах, організаціях та установах, що 511 більше ніж у 2021р. Як свідчать дані рисунку 1 динаміка кількості контрольних заходів, які були вжиті Державною аудиторською службою у 2020–2022 роках з кожним роком зростає що, свідчить про ефективність її роботи.

Ефективність фінансового контролю характеризується також показниками виявлених порушень законодавства, що призвели до втрат фінансових

і матеріальних ресурсів. Як видно з рисунку 2 загальна сума виявлених органами ДАС, порушень законодавства що призвели до втрат фінансових і матеріальних ресурсів за 2020–2022рр. має тенденцію до зниження, так у 2022 р. цей показник склав 99,8 млрд. грн у 2019р — 154,4 млрд. грн тобто знизився на 54, 6 млрд. грн.

Нецільові витрати державних ресурсів, у 2021р. склали 1,746 млрд. грн у 2022 р. — 284 млн. грн, зменшення склало 1,8 млрд. грн ще є позитивним. За результатами проведених державних фінансових аудитів органами Держаудитслужби у 2022 р. надано 1615 пропозицій, з яких 1258 (або майже 77,8%) враховуються та приймаються управлінськими рішеннями [13]. Цей факт свідчить про наявність позитивних процесів у оптимізації використання фінансових ресурсів, що сприяє посиленню ролі фінансового контролю.

Аналіз результатів діяльності Державної аудиторської служби України за 2020–2022 рр. демонструють позитивну динаміку на шляху вдосконалення заходів фінансового контролю, в тому числі контролю за діяльністю суб'єктів господарювання в Україні.

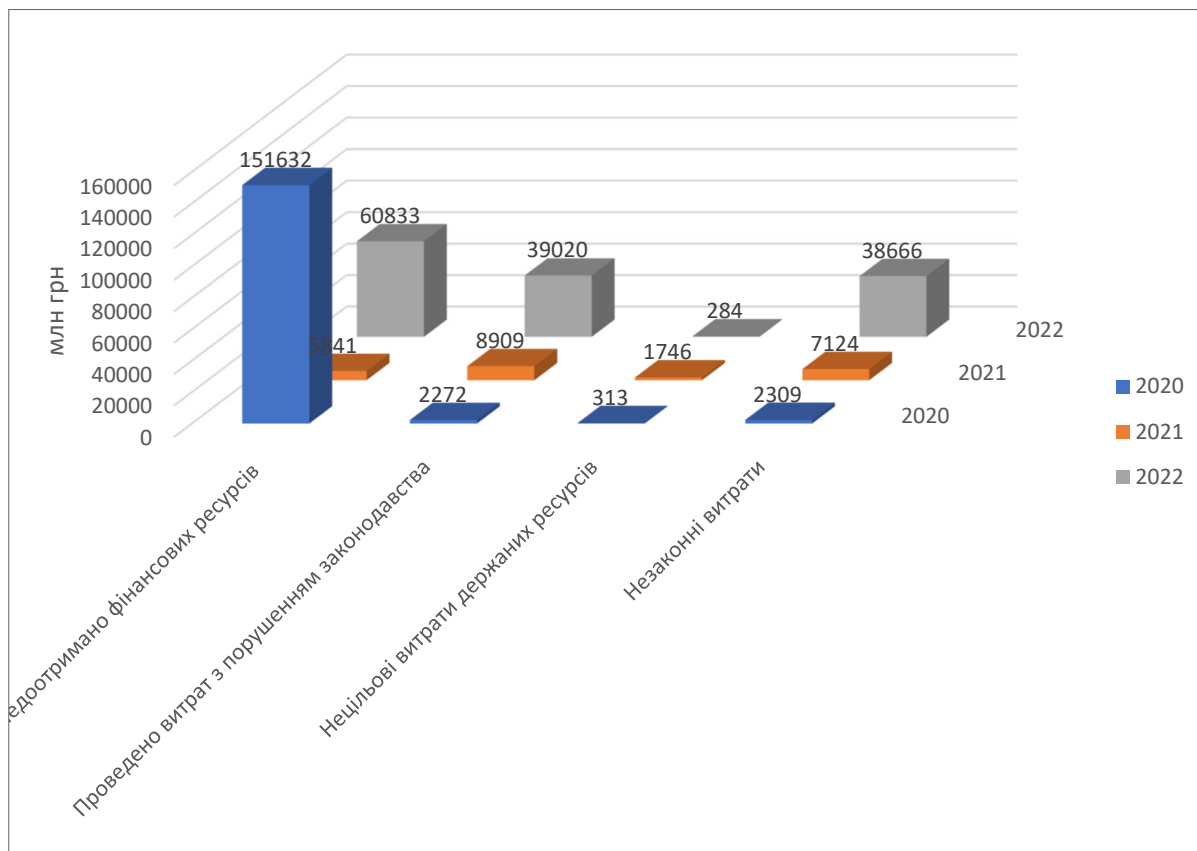


Рис. 2. Динаміка виявлених органами ДАС порушень, що призвели до втрат фінансових і матеріальних ресурсів за 2020–2022 рр.

Джерело: [11; 12; 13]

Загалом за результатами ревізій та перевірок державними фінансовими аудитами у 2022 р. виявлено неефективних управлінських дій (рішень) або ризикових операцій, що призвели до упущених доходів або непродуктивних/зайвих витрат на загальну суму майже 56,8 млрд. грн.

Успішність протидії фінансовим порушенням, зокрема, залежить від підвищення результативності фінансового контролю.

Важливою умовою ефективності фінансового контролю є підвищення рівня транспарентності та прозорості у діяльності публічних органів, що здійснюють контроль за управлінням фінансами. Також важливою умовою підвищення ефективності фінансового контролю є впровадження сучасних ІТ-рішень в діяльність органів державного фінансового контролю для створення умов ефективного виконання ними завдань та функцій та ідентифікації, аналізу та оцінки ризиків діяльно-

сті публічних органів, зокрема високоризикових операцій публічних органів.

Крім того, діджиталізація процесів діяльності органів державного фінансового контролю дозволить моніторити у режимі реального часу контроль за фінансовими і матеріальними ресурсами держави, що зменшить кількість правопорушення у цій сфері. Це сприятиме ефективному державному управлінню шляхом посилення державного фінансового контролю за найбільш ризиковими сферами.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Досліджено концептуальні підходи до визначення фінансового контролю та наведено авторське визначення дефініції «фінансовий контроль», з'ясовано ознаки фінансового контролю, визначено умови підвищення ефективності контрольних заходів органів фінансового контролю.

Література

1. Смітюх І. Особливості перевірок під час воєнного стану. Податкові питання сучасності. URL: https://jurliga.ligazakon.net/analytys/214598_osoblivost-provedennya-erevrok-pd-chas-vonnogo-stanu
2. Якимчук І. М. Державний фінансовий контроль в Україні та перспективні напрями його вдосконалення. Економіка і держава. Київ, 2021. № 7. С. 34–39.
3. Крейнер С. Ключевые идеи менеджмента. Мыслители, которые изменили мир менеджмента. Москва: ИНФРА-М, 2002. 347 с.
4. Прасюк В. М. Адміністративно-правове регулювання державного фінансового контролю в Україні: дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08. Запоріжжя, 2020. 227 с.
5. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007 № 877-V // База даних «Законодавство України». Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/877-16> (дата звернення: 05.02.2023).
6. Савченко Л. А. Фінансово-контрольне право: становлення та розвиток. Київ: Юрінком Інтер, 2017. 400 с.
7. Владімірова Н. П. Сутність державного фінансового контролю. Сучасні проблеми фінансового моніторингу: зб. матеріалів IV Всеукр. наук.-практ. конф.: 10 квітня 2015 р. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. С. 40–44.
8. Бовсуновська Г. С. Розвиток ринку автотранспортного страхування України: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. Дніпропетровськ, 2015. 222 с.
9. Коніна М., Кетінг О. Основні проблеми та напрями удосконалення фінансового контролю та аудиту. Економіка і управління в умовах глобалізації: матеріали IV міжнар. наук.-практ. інтернет-конф: 21 трав. Кривий Ріг: ДонНУЕТ. 2015. С. 173–175.
10. Петрук О. М., Виговська Н. Г. Обґрунтування синергетичного підходу у дослідженні фінансового контролю. Електронний журнал. Облік і фінанси: освітній портал. 2023. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/obgruntuvannya-sinergetichnogo-pidhodu-u-doslidzhenni-finansovogo-kontrolyu.html>
11. Результати діяльності Державної аудиторської служби за січень–грудень 2020 р. // Державна аудиторська служба України: офіц. сайт. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/71>
12. Результати діяльності Державної аудиторської служби за січень–грудень 2021 р. // Державна аудиторська служба України: офіц. сайт. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/1985>
13. Результати діяльності Державної аудиторської служби за січень–грудень 2022 р. // Державна аудиторська служба України: офіц. сайт. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/2652>
14. Андрущенко Г. С., Коваленко А. А., Савченко Л. А. Фінансово-контрольне право: навч. посіб. Київ: Юрінком Інтер. 2021. 318 с.

References

1. Smitiukh I. Osoblyvosti perevirok pid chas voiennoho stanu. Podatkovi pytannia suchasnosti. URL: https://jurliga.ligazakon.net/analytics/214598_osoblivost-provedennya-erevrok-pd-chas-vonnogo-stanu
2. Iakymchuk I.M. Derzhavnyi finansovy kontrol v Ukraini ta perspektyvni napriamy yoho vdoskonalennia. *Ekonomika i derzhava*. Kyiv, 2021. № 7. S. 34–39.
3. Kreyner S. Klyuchevye idei menedzhmenta. Mysliteli, kotorye izmenili mir menedzhmenta. Moskva: INFRA-M, 2002. 347 s.
4. Prasiuk V.M. Administratyvno-pravove rehuliuвання derzhavnogo finansovoho kontroliu v Ukraini: dys. ... kand. yuryd. nauk: 12.00.08. Zaporizhzhia, 2020. 227 s.
5. Pro osnovni zasady derzhavnogo nahliadu (kontroliu) u sferi hospodarskoi diialnosti: Zakon Ukrainy vid 05.04.2007 № 877-V // Baza danykh «Zakonodavstvo Ukrainy». Verkhovna Rada Ukrainy. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/877-16> (data zvernennia: 05.02.2023).
6. Savchenko L. A. Finansovo-kontrolne pravo: stanovlennia ta rozvytok. Kyiv: Yurinkom Inter, 2017. 400 s.
7. Vladimirova N.P. Sutnist derzhavnogo finansovoho kontroliu. Suchasni problemy finansovoho monitorynhu: zb. materialiv IV Vseukr. nauk.-prakt. konf.: 10 kvitnia 2015 r. Kharkiv: KhNEU im. S. Kuznetsia, 2015. S. 40–44.
8. Bovsunovska H.S. Rozvytok rynku avtotransportnoho strakhuvannia Ukrainy: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.08. Dnipropetrovsk, 2015. 222 s.
9. Konina M., Kietinh O. Osnovni problemy ta napriamy udoskonalennia finansovoho kontroliu ta audytu. *Ekonomika i upravlinnia v umovakh hlobalizatsii: materialy IV mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf: 21 trav. Kryvyi Rih: DonNUET*. 2015. S. 173–175.
10. Petruk O. M., Vyhovska N. H. Obgruntuvannia synerhetychnoho pidkhodu u doslidzhenni finansovoho kontroliu. *Elektronnyi zhurnal. Oblik i finansy: osvittii portal*. 2023. URL: <https://magazine.faaf.org.ua/obgruntuvannya-sinergetichnogo-pidhodu-u-doslidzhenni-finansovogo-kontrolyu.html>
11. Rezultaty diialnosti Derzhavnoi audytorskoi sluzhby za sichen–hruden 2020 r. // Derzhavna audytorska sluzhba Ukrainy: ofits. sait. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/71>
12. Rezultaty diialnosti Derzhavnoi audytorskoi sluzhby za sichen–hruden 2021 r. // Derzhavna audytorska sluzhba Ukrainy: ofits. sait. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/1985>
13. Rezultaty diialnosti Derzhavnoi audytorskoi sluzhby za sichen–hruden 2022 r. // Derzhavna audytorska sluzhba Ukrainy: ofits. sait. URL: <https://dasu.gov.ua/ua/plugins/userPages/2652>
14. Andrushchenko H. S., Kovalenko A. A., Savchenko L. A. Finansovo-kontrolne pravo: navch. posib. Kyiv: Yurinkom Inter. 2021. 318 s.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

№ 1 (69)

Головний редактор — *Камінська Т. Г.*

Київ 2023

Видано у авторській редакції

Адреса редакції: Україна, м. Київ, вул. Ломоносова, буд. 18

Контактний телефон: +38(044) 222 58 89

Контактний телефон: +38(067) 401 84 35

E-mail: editor@inter-nauka.com

Підписано у друк 31.01.2023. Формат 60×84/8

Папір офсетний. Гарнітура UkrainianSchoolBook. Друк офсетний.

Умовно-друкованих аркушів 18,37. Тираж 100. Заказ № 217.

Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано у видавництві

ТОВ «Центр учбової літератури»

вул. Лаврська, 20, м. Київ

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції ДК № 2458 від 30.03.2006 р.