

Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

**Збірник наукових праць
№4 (263)**

Київ 2023

**Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць
Вип. 4 (263). – К., 2023. – 100 с.**

Рекомендовано Вченою радою ДНДІМЕ

Протокол №4 від 20.04.2023 р.

Збірник статей присвячено науковим здобуткам молодих науковців – аспірантів та здобувачів наукових ступенів кандидата та доктора економічних наук. Він охоплює широкий спектр проблем із таких напрямів:

- макроекономічні аспекти сучасної економіки;
- інноваційно–інвестиційна політика;
- економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності;
- розвиток регіональної економіки;
- соціально–трудова проблеми.

Розраховано на науковців і спеціалістів, які займаються питаннями управління економікою та вивчають теорію та практику формування ринкових відносин в Україні.

Відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України від 28 грудня 2019 р. № 1643 даний збірник віднесено до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, категорія «Б».

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

СТУДІНСЬКА Г.Я., доктор економічних наук (головний науковий редактор)
ХОДЖАЯН А.О доктор економічних наук, професор (заступник наукового редактора)
ПАСІЧНИК Ю.В. доктор економічних наук, професор (заступник наукового редактора)
ЗАХАРІН С.В., доктор економічних наук, с.н.с. (заступник наукового редактора)
АЛЕКСЄЄВ І.В., доктор економічних наук, професор
НЕБОТОВ П.Г., кандидат економічних наук, директор
ВАРНАЛІЙ З.С., доктор економічних наук, професор
ГУЖВА І.Ю., доктор економічних наук
ПИПА В.І., доктор економічних наук, професор
КИЗИМ М.О., доктор економічних наук, професор, член–кор НАНУ
КУЛЬПІНСЬКИЙ С.В., доктор економічних наук
КОРНЄЄВ В.В., доктор економічних наук, професор
ВАСИЛЬЧАК С.В., доктор економічних наук, професор
ЛОПУШНЯК Г.С., доктор економічних наук, професор
КИЧКО І.І., доктор економічних наук, професор
ШОСТАК Л.Б., доктор економічних наук, професор
ГАРБАР Ж.В., доктор економічних наук, доцент, професор
ЧЕРКАШИНА К.Ф., кандидат економічних наук, доцент
ІВАНОВ Є.І., кандидат економічних наук (відповідальний секретар)

МІЖНАРОДНА РЕДАКЦІЙНА РАДА

АГНЕСЬКА ДЗЮБІНСЬКА, доктор філософії, Економічний університет м. Катовіце, Польща, професор кафедри менеджменту підприємства
АДАМ САМБОРСЬКІ, доктор філософії, Економічний університет м. Катовіце Польща, кафедра менеджменту підприємства
ВІРГІНІЯ ЮРЕНІЄНЕ, професор, доктор наук, завідувач кафедри філософії та культурології, Каунаський факультет, Вільнюський університет, Литва
ГОРБОВИЙ АРТУР ЮЛІАНОВИЧ, професор, доктор технічних наук, Словацька Академія аграрних наук, член відділення економіки та менеджменту, (Словацька республіка)
ДІАНА СПУЛБЕР, доктор філософії, Університет Генуї, асистент професора кафедри філософії суспільств, м. Генуя (Італія)
ІВАН ТЕНЕВ ДМИТРОВ, професор, доктор економічних наук, Університет «проф. д-р Асен Златаров», завідувач кафедри економіки і управління, м. Бургас (Болгарія)
МІТАР ЛУТОВАЦ, професор, доктор технічних наук, Університет Уніон ім. Миколи Тесла, факультет індустріального управління, завідувач кафедри технологій, м. Белград (Сербія)
ЮРАЙ СІПКО, професор, доктор економічних наук, Словацька Академія наук, директор інституту економічних досліджень, м. Братислава (Словацька республіка)
СОФІЯ ВИШКОВСЬКА, професор, доктор наук, зав. кафедри організації і управління (факультет управління) Технологічно–природничий університет ім. Яна і Єнджея Снядецьких у Бидгощі, Бидгощ, Польща
СТЕФАН ДИРКА, доктор економічних наук, професор, Вища економічна школа, м. Катовіце, Польща, професор кафедри менеджменту і маркетингу. Міжнародний акредитор Міністерства науки і освіти Республіки Казахстан
ТОМАШ БЕРНАТ, професор, доктор наук, завідувач кафедри мікроекономіки, факультет економіки і менеджменту, Щецинський університет, Польща

Друковане періодичне видання «Формування ринкових відносин в Україні»
внесене в міжнародну базу даних періодичних видань:
ISSN 2522–1620

Key title: Formuvannâ rinkovih vidnosin v Ukraïni

Abbreviated key title: Form. rinkovih vidnosin Ukr.

Індекссування і реферування: Україніка Наукова, Джерело

Міжнародні інформаційні та наукометричні бази даних: Google Scholar, Index Copernicus International (ICI), Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського.

Формування ринкових відносин в Україні, 2023. Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації Серія КВ 22545–12445ПР від 20.02.2017 року

© Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, 2023

State Scientific Research Institute of Informatization and Economic Modeling

MARKET RELATIONS DEVELOPMENT IN UKRAINE

**Collection of scientific works
№4 (263)**

Kyiv 2023

**Market Relations Development in Ukraine: Collection of scientific works
Volume 4 (263). K., 2023. – 100 p.**

Recommended by the Academic Council SSRIEM

Protocol No. 4 dated April 20, 2023

The collection of articles is devoted to scientific achievements of young scientists – graduate students and candidates for scientific degrees of Ph.D and doctor of economic sciences. It covers a wide range of issues in these areas:

- Macro–economic aspects of modern economy;
- Innovation and investment policy;
- Economic issues of industries and types of economic activity development;
- Development of a regional economy;
- Social–labor problems.

Collection of works is focused on scientists and specialists dealing with economic management and those, who learn the theory and practice of market economy in Ukraine.

According to the Decree of the Ministry of Education and Science of Ukraine No. 1643 of December 28, 2019, this collection is included in the List of scientific professional editions of Ukraine in which the results of the dissertation works for obtaining the scientific degrees of doctor and candidate of sciences, category «B» can be published.

EDITORIAL BOARD

G. STUDINSKA, Doctor of Economics, (Chief Scientific Editor)
A. KHODZHAIAN, Doctor of Economics, Professor (Deputy Editor in Chief)
Y. PASICHNYK, Doctor of Economics, Professor (Deputy Editor in Chief)
S. ZAKHARIN, Doctor of Economics, Professor, Senior Researcher (Deputy Editor in Chief)
I. ALEKSEEV, Doctor of Economics, Professor
P. NEBOTOV, Candidate of Science, Director
Z. VARNALIY, Doctor of Economics, Professor
I. GUZHVA, Doctor of Economics
V. PYLA, Doctor of Economics, Professor
M. KYZYM, Doctor of Economics, Professor, member of the NASU
S. KULPINSKY, Doctor of Economics
V. KORNEEV, Doctor of Economics, Professor
S. VASYLCHAK, Doctor of Economics, Professor
H. LOPUSHNIAK, Doctor of Economics, Professor
I. KYCHKO, Doctor of Economics, Professor
L. SHOSTAK, Doctor of Economics, Professor
Z. HARBAR, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
K. CHERKASHYNA, Ph.D, Economic Sciences, Assistant Professor
Ye. IVANOV, Candidate of Science (Economics) (executive secretary)

INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD

AGNESHKA DZYUBINSKAYA, Doctor of Philosophy, Economic University of Katowice, Poland, Professor of the Department of Management of the Enterprise
ADAM SAMBORSKI, Ph.D., Economic University of Katowice, Poland, Professor of the Department of Enterprise Management
VIRGINIA YURENIENE, Professor, Doctor of Science, Head of the Department of Philosophy and Culturology, Kaunas Faculty, Vilnius University, Lithuania
GORBOVY ARTHUR YULIANOVICH, Professor, Doctor of Technical Sciences, Slovak Academy of Agrarian Sciences, member of the Department of Economics and Management, (Slovakia)
DIANA SPULBER, Ph.D., University of Genoa, Assistant Professor, Department of Philosophy of Societies, Genoa (Italy)
IVAN TYNEV DMITROV, Professor, Doctor of Economics, University «Prof. Dr. Asen Zlatarov, Head of the Department of Economics and Management, Burgas (Bulgaria)
MITAR LUTOVATS, Professor, Doctor of Technical sciences, UNION UNIV. Mykola Tesla, Faculty of Industrial Management, Head of Technology Department, Belgrade (Serbia)
YURAY SIPKO, Professor, Doctor of Economics, Slovak Academy of Sciences, Director of the Institute for Economic Research, Bratislava, Slovakia)
SOFIA VISHKOVSKA, Professor, Doctor of Sciences, Head of Department of Organization and Management, UTP University of Science and Technology, Bydgoszcz, Poland
STEFAN DIRKA, Doctor of Economics, Professor, Higher Economics School in Katowice Poland, Professor of Management and Marketing Department. International accredited by the Ministry of Science and Education of the Republic of Kazakhstan
TOMASH BERNAT, Professor, Doctor of Science, Head of the Department of Microeconomics, Faculty of Economics and Management, Szczecin University, Poland

Printed periodical «Market Relations Development in Ukraine»

Included in the international database of periodicals:

ISSN 2522–1620

Key title: Formuvannâ rinkovih vidnosin v Ukraïni

Abbreviated key title: Form. rinkovih vidnosin Ukr.

Indexing and reviewing: Ukrainika Naukova, Dzherelo

International information and scientometric data base: Google Scholar, Index Copernicus International (ICI), National Library of Ukraine after V.I. Vernadskiy

Market Relations Development in Ukraine, 2023. Certificate of state registration of printed mass media Series KB 22545–12445 PR from 02.20.2017

© State Research Institute of Informatization and Economic Modeling, 2023

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 711.4+364.122.5

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087726>

ГАБРЕЛЬ М. М.
ЛИСЯК Н. М.
ГАБРЕЛЬ М. М.

Індустріалізація та урбанізація простору України: нові реалії

Предметом дослідження є процеси урбанізації та індустріалізації простору регіонів України.

Мета дослідження – оцінити нові реалії процесів урбанізації та індустріалізації та обґрунтувати прогнози їх майбутнього в просторовому прояві. Здійснено: уточнення понять «урбанізація, індустріалізація, просторова організація і розвиток»; характеристика й оцінка процесів, явищ і трендів в урбанізації й індустріалізації, просторових трансформацій у містах і регіонах; прогнозування урбаністично-індустріальних змін та їх просторового відображення. Дослідження проведені на порівнянні процесів, явищ і змін у містах–обласних центрах України.

Методи дослідження. Для дослідження використано теорію, методи та практичні положення соціальної логіки, де система соціальних знань, правил, цінностей, ролей, очікувань, переконань, когнітивних припущень і правил є важливішою для розуміння речей порівняно зі статистичним підходом та раціонально–ринковим аналізом даних. Стан і виклики у відносинах «урбанізація – індустріалізація (підприємництво)» досліджено з використанням обґрунтованої одним із авторів моделі п'ятивимірного містобудівного простору.

Результати роботи. Міста як концентратори населення, виробництва, управління, культурних і наукових досягнень стають осередками зв'язків та виконують промислові, транспортні, торговельні, розподільчі та позаекономічні (адміністративні, наукові, культурні і т. п.) функції. В Україні частіше зустрічаються міста, в яких поєднуються промислові, торговельні, транспортні та адміністративні функції. Є також вузькоспеціалізовані центри. Зростання міст відбувається сьогодні переважно за рахунок нарощування невиконавчих функцій, оскільки більшість робочих місць створюється саме в цій сфері.

Сфера застосування результатів. У центр концепції розвитку держави і її простору доцільно закласти «цінності», «потреби» та «діяльність» людини й суспільства. Обґрунтовані положення мають закладатись у Генеральну схему планування території держави та Схеми розпланування адміністративних областей. Найважливішим рівнем просторового планування в Україні на сьогодні стали громади – вони приймають рішення стосовно діяльності, забудови та подій на їх території.

Висновки. Відбудова України має розпочинатися з відбудови критичної інфраструктури. Надалі зусилля повинні спрямовуватись на відновлення просторової системи в цілому. Важливо зосередитись на створенні робочих місць і генеруванні доходів, підтримці й розвитку підприємництва, просторовій та урбаністичній політиці, посиленні енергетичного сектору. Підприємства, що релокувалися, після війни і стабілізації ситуації повернуться на свою «історичну батьківщину» – йдеться про ресурсо- і кадрозалежні, а також сфери з високою доданою (інтелектуальною) вартістю.

Ключові слова: урбанізація, індустріалізація, просторова організація і розвиток простору.

HABREL M. M.

LYSIK N. M.

HABREL M. M.

Industrialization and urbanization of Ukrainian space: new realities

The subject of the study is the processes of urbanization and industrialization of the space of the regions of Ukraine.

The purpose of the study is to assess the new realities and to substantiate forecasts of their future in spatial terms. The following tasks have been carried out: clarification of the concepts of «urbanization, industrialization, spatial organization and development»; characterization and assessment of processes, phenomena and trends in urbanization and industrialization, spatial transformations in cities and regions; forecasting of urban–industrial changes and their spatial reflection. The research is based on a comparison of processes, phenomena and changes in the regional centers of Ukraine.

Research methods. The theory, methods and practical provisions of social logic are used, where the system of social knowledge, rules, values, roles, expectations, beliefs, cognitive assumptions and rules is more important for understanding things than the statistical approach and rational market data analysis. The state and challenges in the relationship «urbanization – industrialization (entrepreneurship)» are investigated using the model of five–dimensional urban space substantiated by one of the authors.

Results of the study. In Ukraine, cities that combine industrial, commercial, transport, and administrative functions are more common. There are also highly specialized centers. Today, urban growth is mainly driven by the growth of non–productive functions, as most jobs are created in this area.

Scope of application of the results. The concept of the development of the state and its space should be based on the «values», «needs» and «activities» of people and society. Reasoned provisions should be included in the General Scheme for Planning the Territory of the State and the Schemes for Planning Administrative Regions. Today, communities have become the most important level of spatial planning in Ukraine, as they make decisions about activities, development, and events on their territory.

Conclusions. The rebuilding of Ukraine should begin with the restoration of critical infrastructure. Subsequently, efforts should be directed at restoring the spatial system as a whole. It is important to focus on job creation and income generation, support and development of entrepreneurship, spatial and urban policy, and strengthening the energy sector. After the war and the situation stabilizes, the relocated enterprises will return to their «historical homeland» – we are talking about resource– and personnel–dependent industries, as well as those with high added (intellectual) value.

Keywords: urbanization, industrialization, spatial organization, spatial planning.

Постановка проблеми. Війна стала масштабним структурним шоком як для економіки України загалом, так і для кожного регіону держави, спричинивши значні руйнування і трансформації у всіх сферах життя. Ми отримали величезну руйнацію інфраструктури, промисловості, житлового й комунального господарства, обсягом втрат багато мільярдів доларів, пошкоджено або

зруйновано понад 550 культурних об'єктів, будівель і пам'яток культурного значення [7]. Врахування наслідків військових дій є умовою для ідентифікації ключових причин та наслідків низького рівня стійкості економіки міст як перед викликами ринкових трансформацій, так і щодо впливу екзогенних кризових явищ. Особливої уваги в просторовій політиці держави має зайняти від-

ношення до питань урбанізації й індустріалізації як рушійних сил економічного розвитку, як процесів, здатних принести значні економічні, технологічні та соціально-економічні вигоди для людини, міста, економіки країни в цілому завдяки концентрації господарської діяльності, населення і соціокультурних процесів. Автори намагаються поєднати раціональність та поглянути на порушену проблему з позиції ірраціональних складових, оцінити вплив на просторову організацію та розвиток регіональних систем процесів і явищ урбанізації, індустріалізації та підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий інтерес для порушеної проблеми представляють праці зарубіжних вчених А. Саллівана, Р. Флориди, К. Шваб, Е. Райнерта, Е. Глізера, Дж. Джекобс та ін., а також праці вітчизняних вчених І. Бистрякова, М. Габреля, М. Дьоміна, Ю. Білоконя, В. Галасюка, М. Долішнього, В. Кравціва, Є. Ключниченка, М. Мельник, І. Сторонянської, Ю. Стадницького, Ю. Палеги, Л. Шевчук, С. Шульц та ін.

Вивченість порушеної проблеми зосереджено навколо досліджень:

- зв'язку між індустріалізацією й урбанізацією, ролі урбаністики в підприємстві та їх просторовий прояв. Очевидним є значний взаємовплив «урбанізація – індустріалізація» та вплив на простір регіону, що пояснюється соціальною «вбудованістю» підприємств і підприємців, їх діяльності в середовище. Просторовий розвиток міст і поселень залежить від виду й специфіки підприємницької діяльності та рівня індустріалізації;

- впливу явищ глобалізації та місцевого (регіонального) контексту на урбаністичні процеси і формування підприємницької активності. Визначається, що галузева структура регіону формує його довгостроковий підприємницький і просторовий розвиток, а розвиток територій органічно пов'язується з працьовитістю і культурою населення, вказують на локальні соціальні відмінності становлення й стійкості місцевих підприємницьких структур;

- впливу цифрових технологій та інноваційних винаходів на промисловість і підприємництво. Люди з низьким і високим цифровим «інтелектом» частіше стають підприємцями, ніж їх однолітки з середнім рівнем. З віком посилюється тяга бути підприємцями. Проживання в центральних містах та в місцях, де вищий рівень безробіття, збільшує шанси бути підприємцями [12]. Окремі вчені виділяють роль нових технологій, інновацій

та винаходів у підприємстві, тим самим підкреслюють феномен запізнілості визнання технологій високого рівня (нанотехнологій), що пояснюється принципово іншими вимогами до нових фірм (рекомбінації технологій, спеціалізацій, промислових профілів) та соціального середовища [10];

- впливу війн і конфліктів, оцінки їх наслідків (матеріальних, соціальних та екологічних втрат), їх просторового прояву. Досліджуються складні наслідки впливу війн на добробут з урахуванням мобільності та потоків робочої сили методом картографування міграції [8, 9]. В основу досліджень покладено ідею оцінки впливу війн на добробут і концепції, які пов'язані з міграційними рішеннями та проблемою вибору. Вона повніше відображає як людські жертви, так і матеріальні втрати (руйнування житла, критичної інфраструктури, екологічного забруднення середовища), а також нематеріальні (культурні) наслідки – втрата соціальної довіри, психосоціальні травми, інституційна деградація не лише в районах конфлікту, а й на «неконфліктних» територіях.

В дослідженнях підкреслюється важливість просторової складової, хоч і інтерпретується вона по-різному. Автори даної публікації зосереджуються саме на просторовому аспекті, розглядають стан і виклики у відносинах «урбанізація – індустріалізація (підприємництво)». Використано обґрунтовану одним із авторів модель п'ятивимірного містобудівного простору [1]. Це новий погляд на врахування діяльності в обґрунтуванні урбаністичних рішень та просторового розвитку регіональних систем.

Мета статті. Охарактеризувати процеси та зміни в урбаністиці й індустріальній сфері України, оцінити нові реалії та обґрунтувати прогнози їх майбутнього в просторовому прояві. Вирішуються завдання:

- уточнити поняття урбанізація, індустріалізація, просторова організація і розвиток;

- охарактеризувати й оцінити процеси і явища в Україні – тренди в урбанізації й індустріалізації, а також просторові трансформації (релокація) у вибраних містах і регіонах;

- здійснити прогнозування урбаністично-індустріальних змін та їх просторовий прояв.

Дослідження проведені на прикладі порівняння процесів, явищ і змін в містах та регіонах України. Увага зосереджена на просторових аспектах. Для дослідження використано теорію, методи та прак-

тичні положення соціальної логіки, де соціально визначена система знань, правил, цінностей, ролей (функцій і обов'язків), очікувань, переконань, когнітивних припущень, правил є важливішою для розуміння речей порівняно зі статистичними даними та їх раціонально-ринковим аналізом.

Уточнення ключових положень та їх сутності.

Урбанізація – процес зростання в суспільстві ролі міст і міського способу життя, що супроводжується інтенсифікацією та зміною видів діяльності. Традиційно урбанізація проявляється в таких площинах: демографічній – збільшення частки міського населення в суспільстві; соціальній – зростання кількості людей, які ведуть міський спосіб життя (незалежно від місця проживання); економічній – збільшення ролі міст в економічній сфері стосовно аграрної, рекреаційної і інших сфер держави; територіальній – розширення територій міських систем.

Процес урбанізації пов'язаний із виникненням і розвитком: 1) агломерацій – як просторового об'єднання населених пунктів, що утворюють спільні соціальні, економічні, інфраструктурні та інші зв'язки, характеризується суцільною забудовою, спільною інженерно-транспортною інфраструктурою, концентрацією підприємств та тісними соціально-виробничими зв'язками, які зумовлюють агломераційний ефект; 2) субурбанізації – стрімким розвитком передмість у крупних містах, переміщення фокусу діяльності від центру на периферію в результаті дії множини чинників і умов; 3) фальшивої урбанізації – як зростання чисельності міського населення без забезпечення характерної для міст якості умов проживання та способу життя і діяльності, а також погано прогнозовану індустріалізацією держави і окремих регіонів; 4) «економічного зростання без економічного розвитку», що називається «споживчою урбанізацією», якій притаманні кризові явища, пов'язані зі станом міського природного і соціального середовища.

Індустріалізація – від індустрія (лат. *industria* – промисловість) – це процес створення великих промислових виробництв в усіх галузях господарства країни, що характеризується спеціалізацією виробництв, темпами, цілями, фінансуванням та наслідками діяльності, а також характерними соціально-виробничими відносинами. Індустріалізація є основою для розвитку дрібних виробництв і продуктивних сил, а також підвищення рівня добробуту суспільства.

Просторова організація – це структурно-параметричне та просторово-часове впорядкування та узгодження елементів і зв'язків простору, яке забезпечує ефективне використання його потенціалу та інтегрованого розвитку містобудівних систем. Тут важливими є поняття розселення – процес поступового розподілу і перерозподілу населення на території через формування нових і розвиток існуючих населених місць, що включає мережу поселень, функціонально-територіальні зв'язки між ними, міграцію населення тощо.

Просторове (районне, регіональне) розпланування – взаємоузгоджений процес прогнозування, наукового обґрунтування та втілення в реальності ефективної просторової організації та розвитку територіальних систем різних ієрархічних рівнів. Важливими в розплануванні є задачі розміщення (виробничих підприємств, житлової забудови, об'єктів соціальної та критичної інфраструктури) поряд із задачами функціонального зонування і комунікаційними (транспортного типу) тощо. Виділимо теорії розміщення, які, на нашу думку, корисні для дослідження: біхевіористична теорія, орієнтована на позаекономічні чинники, яка концентрується на рішеннях з обмеженим розглядом економічної реальності; теорія Вебера А. (модифікована для задач розміщення промисловості модель Тюнена).

Методи дослідження порушеної проблематики і прогнозування майбутнього урбанізації та індустріалізації простору України. Скористаємося осмисленою й перевіреною часом моделлю п'ятивимірності простору (L–F–U–G–T) [1], де є всі характеристики та вся множина взаємодій для вирішення задач містобудування і просторового планування будь-якої складності. Визначимо наступне:

- модель допомагає зрозуміти й осмислити суть речей, правильно сформулювати й структурувати завдання (побудувати дерево цілей);
- модель не дає готового рішення – вона структурує аналіз і оцінку стану системи, а також розумовий синтез для обґрунтування рішень;
- сьогоднішні задачі в урбаністиці є головне-детермінованими й погано прогнозованими. Не відкидаючи раціональності (мислення таблицями і графіками), вважаємо за основне осмислення процесів і явищ у системі;
- для порушеної задачі важливими є взаємодії L–F (людина – функції), далі накладаються умови (U), для яких мають значення корисність, зруч-

ність, ресурси, та інші виміри. Функція пов'язана з потребами – як засіб задоволення потреб людини чи спільноти. Якщо немає потреб, то не потрібні й функції для їх задоволення;

- для урбаністики і просторового планування важливими є розміщення функцій, їх структура (основні, допоміжні, зовнішні, внутрішні, узгодження) та функціональність. Умови можуть бути такими, що функція стає невигідною, а її розміщення недоцільним;

- співвідношення корисності до плати за корисність (соціально-еколого-економічні наслідки) визначає ефективність рішень. Корисність рішень виступає як критерій оцінки взаємодії вимірів «людина – функції». Плата за корисність (ціна корисності) для людини чи спільноти може бути зависокою для реалізації одиниці;

- важливим у просторовому моделюванні є встановлення меж (не лише територіальних) системи (елемент знаходиться в системі чи поза нею), тобто що вигідніше – щоб функція знаходилась всередині системи чи поза її межами;

- економіка й індустріалізація тісно взаємодіють і зорієнтовані на ринок і ринкові відносини (швидкі гроші). Економіка міст і територіальних систем має соціальну та екологічну сутність, ключовими є поняття «підприємливість», людський капітал, соціальна відповідальність.

Виклад основного матеріалу I. Урбанізація та індустріалізація України – міське розселення, оцінка процесів і явищ.

1. Індустріалізація в регіонах України. Рівень економічного розвитку міст і регіонів можна оцінити за різними показниками, однак найбільш суттєвими є обсяги ВВП на одну особу, а також середня заробітна плата в регіоні, споживання продовольства, обсяг послуг на одну особу, розвинулися транспортні й інженерні комунікації, показники розвитку освіти й охорони здоров'я. Впродовж ХХ ст. економічний потенціал регіонів України формувалася під впливом багатьох чинників, серед яких домінуючими була наявність і обсяги природних ресурсів. Зосередження в Донбасі та Придніпров'ї значних запасів руд і палива послужило основою формування металургійних центрів гірничодобувної промисловості.

Розміщення і розвиток продуктивних сил вимагає: поєднання державних, регіональних і місцевих інтересів при обґрунтуванні розміщення нових об'єктів з ефективним використанням міс-

цевих ресурсів; розвиток ринкової інфраструктури та створення збалансованих регіональних ринків виробництва і збуту продукції та послуг, пріоритетно в розвитку наукоємних виробництв з швидкою окупністю витрат, ресурсозбереженням, активізація інвестиційної діяльності та структурної реорганізації економіки; формування прогресивної структури регіональної економіки та галузей, що працюють на задоволення потреб споживчого сектора економіки; розвиток недержавного сектора економіки та підприємницьких структур.

У Східних регіонах розвинуто такі галузі промисловості: паливно-енергетична, чорна і кольорова металургія, хімічна, автомобільна, аерокосмічна промисловість, важке машинобудування. У найближчій перспективі здійснюватиметься комплексна реструктуризація та технічне переоснащення перспективних підприємств вугільної, металургійної, хімічної промисловості, машинобудування, енергетики, а також структурне реформування всього виробничо-територіального комплексу та збалансування розвитку базових галузей з реальними потребами економіки. Здійснюватиметься відновлення оборонних підприємств; заходи щодо зайнятості населення в умовах диверсифікації виробництва, організації громадських робіт, створення нових робочих місць, особливо у шахтарських містах і селищах. Нарощування потужностей легкої й харчової промисловості, а також поліпшення екологічної ситуації шляхом впровадження у виробництво безвідходних і маловідходних технологій, перепрофілювання окремих підприємств, ліквідації териконів, хвостів і шлакоховищ, відстійників, рекультивациі порушених земель. У цих регіонах України структурна перебудова буде спрямована на технічне переоснащення й підвищення ефективності роботи підприємств таких галузей, як тракторне і сільськогосподарське машинобудування, автомобільна, електронна, електротехнічна, харчова промисловість; збільшення обсягів власного видобутку газу, нафти і продуктів їх переробки; спеціалізацію сільськогосподарського виробництва, підвищення його товарності й ефективності. Регіон має орієнтуватись на підвищення ефективності використання наявного науково-технічного потенціалу та особливості розташування.

У структурі промислового комплексу регіонів Заходу України підвищена питома вага сільськогосподарського і автомобільного машинобуду-

вання, електронного й електротехнічного виробництва з використанням сучасних технологій; підприємств хімічної та нафтохімічної промисловості, лісового господарства та лісопромислового комплексу, легкої й харчової промисловості. У господарському комплексі формується високорозвинутий рекреаційно-туристичний й оздоровчо-лікувальний комплекси загальнодержавного і міжнародного значення; розвивається транскордонне співробітництво в рамках євро регіонів. Значні перспективи для розвитку та залучення іноземних інвестицій має туристична галузь країни, відбудова сотень старовинних замків і фортець. На українських курортах лікуються люди з десятків країн світу, що обумовлено наявністю в Україні унікальних мінеральних лікувальних вод і лікувальних грязей.

II. Міста – обласні та індустріальні центри України. Характеристика та аналіз процесів у них. Аналіз стану та динаміки розвитку міст-обласних центрів дозволив виявити, що швидкість та динаміка розвитку міст у довоєнний період (2015–2021 рр.) була надто повільною та недостатньою для активізації процесу економічного зростання та реформування ключових галузей. Лише 14 із 22 досліджуваних обласних центрів: Київ, Харків, Івано-Франківськ, Запоріжжя, Львів, Миколаїв, Чернівці, Одеса, Суми, Кропивницький, Вінниця, Ужгород, Чернігів та Херсон характеризуються позитивними тенденціями динаміки соціально-економічного розвитку. До кластеру депресивних

міст із низьким значенням інтегрального індексу та динамікою його зміни в бік зменшення належать: Полтава, Житомир, Хмельницький, Дніпро, Черкаси, Рівне, Тернопіль, Луцьк (рис. 1).

Аналіз впливу часткових показників на процеси стану і динаміки розвитку урбанізованих систем дозволив виявити:

- посилення депопуляційних процесів унаслідок стрімкого зниження рівня народжуваності. У 20 з 22 досліджуваних міст ситуація з відтворенням населення погіршувалась, а це відповідно впливає на фізичні межі ділової активності та обумовлює необхідність реалізації заходів, які б сприяли формуванню позитивного іміджу міст та підвищували привабливість урбанізованих систем України для молодого та активного населення. Найбільш значні втрати демопотенціалу припадають на міста Чернівці, Київ, Черкаси, Полтаву, та Харків (рис. 2а);

- ринок праці та освітньо-трудова відносинами були системоформувальними ядрами, які акумулювали довкола себе людські ресурси та сприяли розростанню сучасних міст, однак мало місце значне скорочення кількості студентів упродовж 2015–2020 рр. Особливої уваги заслуговує м. Київ. Значення зваженого індексу на рівні 0,86–0,97 протягом 2015–2020 рр. свідчить про надвисокий рівень розвитку та привабливості столичного ринку праці. (рис. 2б);

- найнижчі значення припадають на показники, які характеризують екологічну ситуацію. Не-

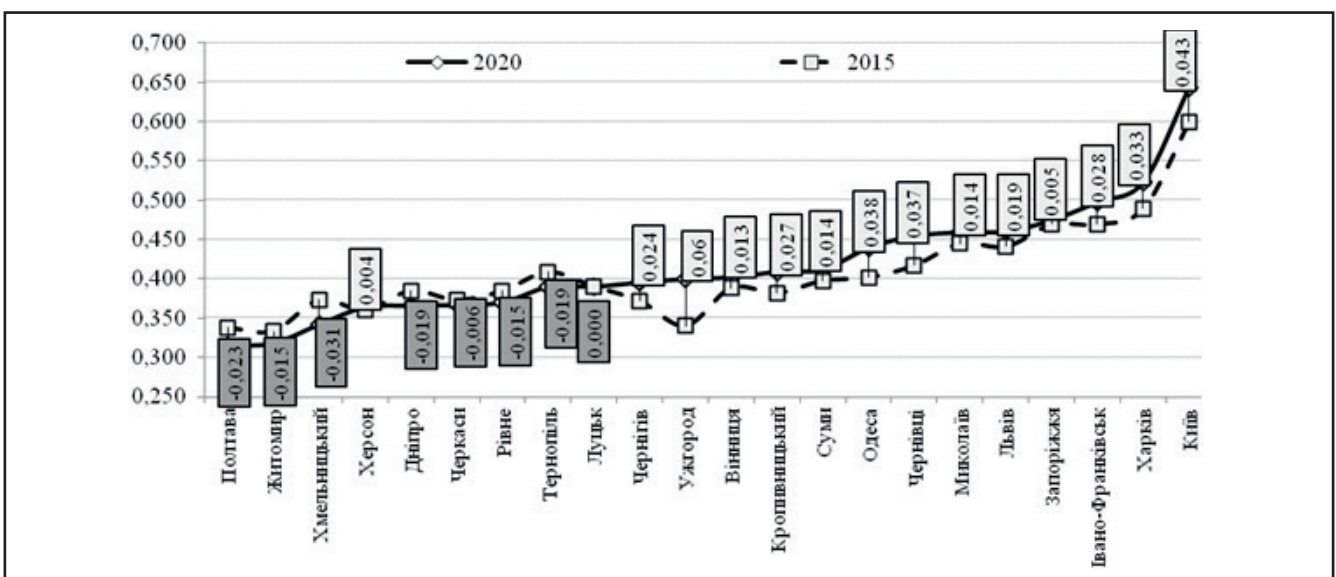


Рисунок 1. Динаміка інтегрального індексу розвитку міст-обласних центрів України, 2015 та 2020 рр.

Джерело: розрахунки авторів

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

зважаючи на тенденцію до помірного скорочення викидів шкідливих речовин з майже 22 т до 17 т на 1 тис. населення упродовж 2015–2020 рр., екологічний стан урбанізованих систем України залишається незадовільним, особливо в густонаселених містах – обласних центрах Південно-Східної України (рис. 2в);

- інтенсифікація урбанізаційних процесів простежувалася внаслідок економічних індикаторів: ділової активності (збільшення кількості підприємств у розрахунку на 10 тис. населення на 10 % та зростання рівня концентрації підприємств у міських агломераціях на майже 5 %), приріст обсягів зовнішньоекономічної діяльності у розрахунку на 10 тис. населення більш ніж на 50 % (рис. 2г).

Міста як концентратори населення, виробництва, управління, культурних і наукових досяг-

нень стають осередками господарських зв'язків. Їх функції різноманітні. Розрізняють міста, що мають промислові, транспортні, торговельні, розподільчі та позаекономічні (адміністративні, наукові, культурні і т. п.) функції. Найбільш часто зустрічаються міста, в яких поєднуються промислові, торговельні, транспортні та адміністративні функції. Є також вузькоспеціалізовані центри: промислові, транспортні, наукові та вузівські, курортні, релігійні, а також як військові бази. Зростання міст, особливо великих, відбувається сьогодні переважно за рахунок нарощування невиробничих функцій, оскільки більшість робочих місць створюється саме в цій сфері діяльності. Міграційні потоки зумовлюють особливості складу міського населення з характерною перевагою осіб працездатного віку. Місцеві уродженці зменшують свою части-

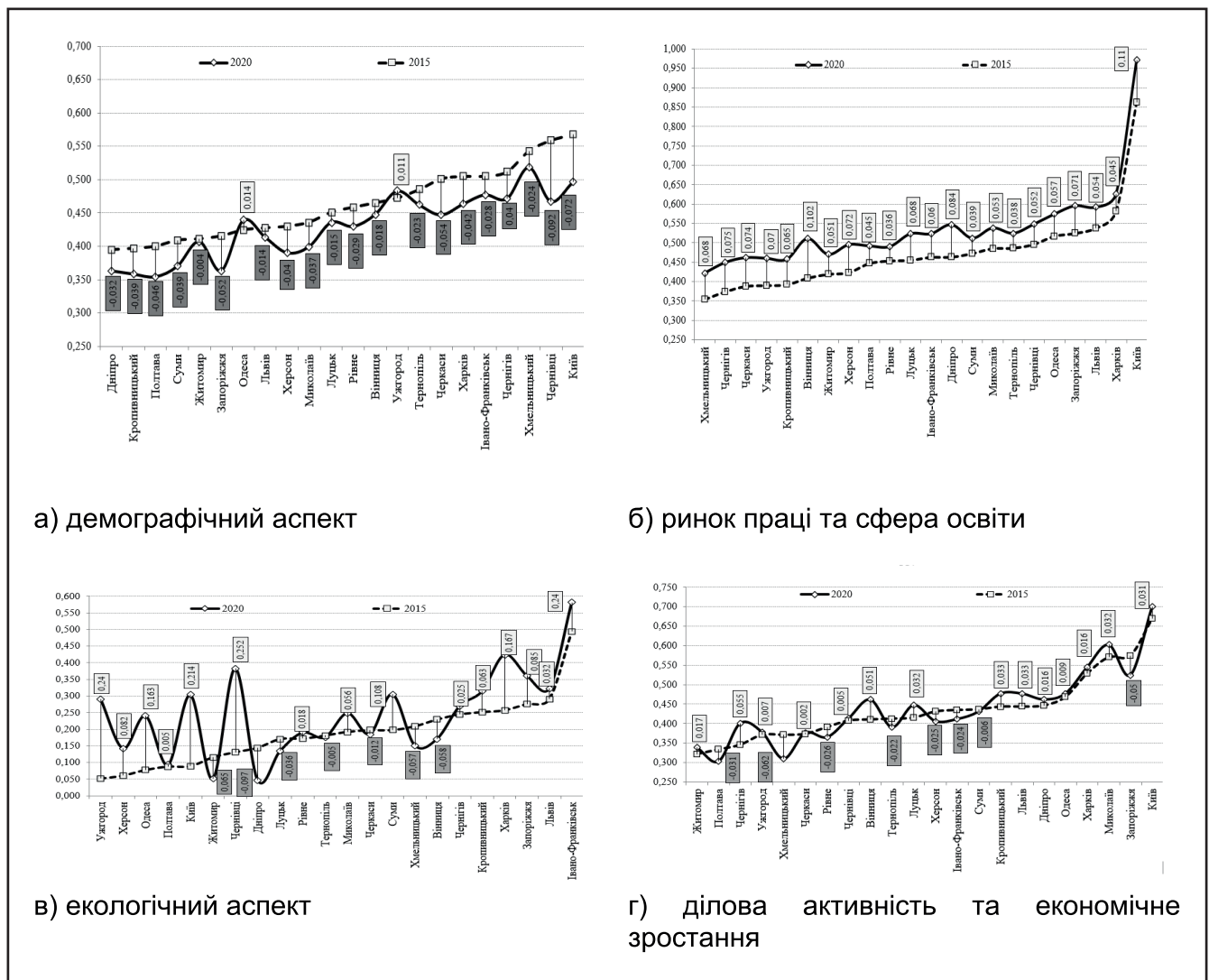


Рисунок 2. Динаміка часткових індексів розвитку міст-обласних центрів України, 2015 та 2020 роки

Джерело: розрахунки авторів

ну в населенні міста. Окремі міста України мають «строкату» структуру. Це обумовлює зміну розселення вже в межах самого міста, де переважно проживають переміщені особи, що створює іноді додаткові соціокультурні проблеми, пов'язані зі спілкуванням та терпимістю.

В Україні урбанізація відбувається за типом «центр–периферія». Менш розвинені райони і їх міста виступають як внутрішні колонії провідних районів і центрів. Подібний погляд на урбанізацію пов'язаний з концепцією «економічного дуалізму», яка виходить з існування «традиційного» і «сучасного» секторів, у зв'язку з чим розглядаються ситуації, коли: а) місто викачує з навколишніх територій ресурси для розвитку, б) місто «індиферентно» до сусідніх районів; в) місто нав'язує оточенню ту чи іншу структуру розвитку. Оцінка процесів і явищ в урбаністиці та індустріальній сфері України:

- сталася глобальна катастрофа — Росія знищила глобальну безпекову архітектуру, завдала удару по міжнародних відносинах, постала загроза глобальної продовольчої кризи посилюється політична дестабілізація. Україна знаходиться в центрі цих процесів;
- схід більш–урбанізований і зберіг радянську систему господарства (моно–міста та великі містоформуючі підприємства);
- західні області також урбанізовані як за кількістю міських населених пунктів, так і міського населення, але є історична й структурна відмінність;
- велика кількість населених пунктів на Заході України мають статус історичних;
- несистемні зміни в розселенні відбулися в результаті розв'язаної РФ війни;
- різниця в системі господарювання в період незалежності (збереження індустріальних підприємств на сході і повна ліквідація великих промислових об'єктів на заході);
- зміна парадигми господарювання (багато мешканців відвикли працювати на заводах і фабриках «вдома»);
- велика кількість заробітчан, які зайняті на заводах і фабриках за кордоном, і збільшення кількості ФОПів (самозайнятого населення). При зміні умов всередині країни можна розраховувати на повернення великої кількості людей на новостворені заводи і фабрики в Україні;
- релокація підприємств Сходу на територію західних і центральних областей у великі чи малі міста;

- інертність (безініціативність) мешканців малих міст («сплячі міста»);
- соціалізація релокованих переміщених осіб практично неможлива;
- різна соціально–поведінкова модель життя в містах різних регіонів;
- спеціалізація регіонів України в контексті поділу праці й кооперації між ними для створення внутрішнього ринку та глибшої інтеграції галузей і регіонів у вітчизняний простір; ефективною експортної орієнтації, а також державна підтримка гетерогенних фірм;
- структурні перетворення економіки на основі галузей — локомотивів розвитку (аграрний сектор, ІТ індустрія, будівництво, оборонна галузь, літако– та ракетобудування, сфера послуг) та галузей, що мають порівняльні й конкурентні переваги на світових ринках;

Україна залишається одним з головних постачальників на світовий ринок зернових культур, соняшникової олії, м'яса птиці тощо, які відіграють роль визначального фактора в забезпеченні продовольчої проблеми;

- створюються нові економічні, фінансові, інтелектуальні та соціопсихологічні передумови перебудови економіки з урахуванням внутрішніх потреб та зовнішнього попиту на продукцію вітчизняного виробництва;
- існуючі політичні та адміністративно–правові умови не сприяють малому й середньому бізнесу (податкова система, кредитування);
- передбачається зовнішнє фінансування з боку традиційних міжнародних інституцій (МВФ, Світовий банк, ЄБРР), приватних інвесторів та спеціального міжнародного фонду відродження економіки України;
- інтелектуальні передумови базуються на доволі високому рівні освіченості населення в за показниками рівня вищої і середньої освіти, наявності значної кількості фахівців у галузі інформаційних і комп'ютерних технологій, широкого доступу до інтернету та систем зв'язку;
- створюються програми післявоєнної відбудови економіки та простору за конкретними термінами, фінансуванням, інституційними механізмами.

III. Прогнозування урбаністично–індустріальних змін у містах і регіонах. Розвиток держави і її простору доцільно орієнтувати на підвищення ефективності виконання функцій. У центр концепції доцільно закласти «потреби» та «діяль–

ність» людини й суспільства. Задоволення потреб спільноти вважаємо основним вектором просторового розвитку. Маючи багаторівневий характер, потреби володіють властивостями: відтворення; циклічності; спонукальності; індивідуалізованості. Вони можуть бути: реальні й віртуальні; різнотермінові чи постійні; залежати від економічно-фінансових засобів та умов реалізації.

Конкретизуємо деякі з пріоритетів розвитку.

Посилення цілісності просторової системи, що охоплює як розселення, так і функціонально-планувальну структуру території, включає інтеграцію функцій та зміцнення цілісності просторової структури і збільшення його поліфункціональності. Важливим є узгодження лінійних елементів планувального каркасу з системою полюсів зростання. Розвиток має враховувати пропозиції розташування логістичних центрів й індустріальних парків, виділення функціональних типів ефективного використання ресурсів (природоохоронних, видобування корисних копалин, транспортні комунікації тощо). Важливим для ефективного просторового розвитку держави є забезпечення соціально-політичної цілісності України.

Формування нової урбаністичної політики в державі, яка передбачає реформування міського розселення на засадах протиставлення концентрації (стягування) населення у великі міста та знищення сіл і малих міст як центрів їх обслуговування. В умовах децентралізації малі поселення отримують нові перспективи — виробництво екологічних продуктів як альтернатива новим агрохолдингам та розвиток нових форм рекреації. Збільшення дисперсності структури розселення та розвиток дрібних елементів розселення через перерозподіл ресурсів на їх користь, усунення відставання в розвитку малих міських поселень, що стає фактором гальмування розвитку держави в цілому.

Створення полюсів зростання традиційно пов'язано зі стимулюванням економічної діяльності у великих і найбільших містах. В сьгоднішніх умовах такими полюсами стають не тільки промислові виробництва, а й галузі третього сектора економіки. Формування полюсів розвитку передбачає трансформацію містоутворюючої бази центрів соціально-економічної активності; реалізацію системи заходів щодо перспективного розвитку територій, які нині перебувають у зоні війни, шляхом їх реіндустріалізації; структурну трансформацію й модернізацію старопромислових регіонів держа-

ви; реформування систем розселення міжрайонних і внутрішньорайонних рівнів; обґрунтування нової схеми районування території України. Ці положення мають відобразитися в рішеннях Генеральної схеми оптимальним розподілом повноважень, рівнодоступності послуг і з дотриманням вимог людиноцентричності.

Посилення багатofакторної диференціації просторової структури держави за критеріями ефективності та ролі території в системі розселення з урахуванням специфіки умов та характеру розселення й загосподарювання, а також історико-культурних особливостей. Пропонується розбудова нових видів і форм господарювання й розширення функціонально-типологічного різноманіття просторових елементів держави та індустрій: аграрна техніка й харчова промисловість, інфраструктура, авіакосмічна промисловість, хімічна, виробництво автомобілів, фармацевтика, IT-технології, «зелені» індустрії, транспорт, туризм сільський зелений туризм), мережі міжнародних транспортних коридорів та історично-культурних центрів.

Ефективне використання просторового потенціалу пов'язується з завданнями: збільшити просторовий потенціал території та його використання, розвиток інженерної інфраструктури, альтернативних джерел енергозабезпечення (біоресурси, вітрова й сонячна енергія), додаткових потужностей атомних електростанцій, розробка власних родовищ нафти й природного газу, розвиток енергоощадних технологій. Динамічний розвиток соціальної інфраструктури зумовлений стрімким розвитком інформаційних технологій та формуванням нових цінностей у суспільстві. Особливої уваги вимагає усунення регіональних диспропорцій у доступі населення до послуг. Просторовий потенціал України пов'язується з земельними ресурсами. Нині відбувається трансформація структури земель. Йдеться про істотне зростання площі земель населених пунктів, насамперед сільських. За пострадянський період площа сіл збільшилася втричі більше за ріст площі міст. Зростання площ сільських населених пунктів за умови одночасного демографічного спаду потребує дослідження причин виникнення цього явища в окремих регіонах. Слід здійснити: інвентаризацію земель в Україні; визначити структуру землегосподарювання для забезпечення продовольчої та інших видів безпеки держави; оптимізувати структуру суб'єктів сільського господарства.

Висновки

Викладені положення мають бути закладені в Генсхемі держави та переноситись на рівень Схем територіального планування адміністративних обласей. Найважливішим рівнем на сьогодні стали територіальні громади – вони приймають рішення стосовно діяльності, забудови та подій на їх території. Індустріально-урбанізаційний аспект має відобразитись на всіх рівнях просторового планування з урахуванням власних завдань. Це дозволить уникнути конфліктних ситуацій та забезпечить розвиток держави по ефективні траєкторії.

Відбудова України має розпочинатися з відбудови критичної інфраструктури, зокрема, електромереж, доріг, залізничного сполучення, газопостачання, водогонів, систем зв'язку; відбудови шкіл і лікарень, забезпечення хоча б тимчасовим житлом тих, хто його втратив. Надалі держава й партнери повинні спрямовувати зусилля на відновлення економіки в цілому та її зростання. Основні зусилля слід зосередити на створенні робочих місць і постійних джерел генерування доходів, підтримку і розвиток підприємництва, фінансову політику, посилення енергетичного сектору.

Підприємства, що релокувалися, повернуться на свою історичну «батьківщину» – перші (ресурсозалежні), – другі (кадрозалежні), – треті (сфери з високою доданою (інтелектуальною) вартістю). Винятки складають підприємства, що релокуються за кордон.

Рівень урбанізації регіонів України не повинен пов'язуватися до довоєнних показників та існуючих форм, вимагає нової політики після Перемоги. Важливо, щоб відбудова не стала сліпим відтворенням зруйнованого. Це можливість застосувати новітні підходи урбаністики і архітектури, щоб зробити українські міста більш зручними та інклюзивними для їхніх мешканців.

Список використаних джерел

1. Габрель М. М. Просторова організація містобудівних систем. Інститут регіональних досліджень НАН України. – К.: А.С.С, 2004. – 400 с.
2. Галасюк В. Що допоможе відновити Україну. Журнал Бізнес НВ. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/yak-vidnoviti-krajynu-plan-marshalla-dlya-ukrajini-50248935.html>
3. Лисяк Н. Теоретико-методологічні засади інтегрованого розвитку урбанізованих систем [Рукопис]: автореф. дис... доктора економ. наук спец. 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка /

Н. М. Лисяк; НАНУ. ДУ «Ін-т регіонал. дослідж. ім. М. І. Долішнього», 2021. – 40 с.

4. Нагорна Л.П. Регіональна ідентичність: український контекст: моногр. – К.: ІПіЕНД імені І.Ф.Кураса НАН України, 2008. – 405 с.

5. Палеха Ю.М. Нова редакція генеральної схеми планування території України – стратегія інтеграції України у європейський простір. Український географічний журнал 2020 (1). URL: <https://doi.org/10.15407/ugz2020.01.007>

6. Підгрушний Г.П., Мезенцев К.В. Україна і світ, привабливість території: Серія карт. – К.: ДНВП «Картографія», 2014.

7. Як українці захищають свою багатовікову культуру від путінської навали. Режим доступу: <https://www.bloomberg.com/graphics/2022-ukraine-culture-russia-war-map-building-preservation/?srnd=citylab>

8. Artuc E., Gomez Parra N., Onder H. (2022) Estimating The True Cost Of War: The Conflict In Eastern Ukraine (2014–2019). URL: <https://cepr.org/voxeu/columns/estimating-true-cost-war-conflict-eastern-ukraine-2014-2019>

9. Joseph V. Hotz and Robert A. Miller (1993), Conditional Choice Probabilities and the Estimation of Dynamic Models. The Review of Economic Studies, Vol. 60, No. 3 (Jul., 1993), pp. 497–529. URL: <http://www.jstor.org/stable/2298122>.

10. Tur, E.M., Bourellos, E. & McKelvey, M. The case of sleeping beauties in nanotechnology: a study of potential breakthrough inventions in emerging technologies. Ann Reg Sci 69, 683–708 (2022). <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01131-z>

11. World Bank (2021), The economics of winning hearts and minds: Programming recovery in Eastern Ukraine, technical report.

12. Zhang, T., Stough, R. & Gerlowski, D. Цифровий вплив, вік і підприємництво. Ann Reg Sci 69, 633–681 (2022). <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01130-0>

References

1. Habrel' M. M. Prostorova orhanizatsiya mistobudivnykh system. Instytut rehional'nykh doslidzhen' NAN Ukrayiny. – K.: A.S.S, 2004. – 400 s.
2. Halasyuk V. Shcho dopomozhe vidnovyty Ukrayinu. Zhurnal Biznes NV. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/yak-vidnoviti-krajynu-plan-marshalla-dlya-ukrajini-50248935.html>
3. Lysyak N. Teoretyko-metodolohichni zasady intehrovanoho rozvytku urbanizovanykh system [Rukopys]:

avtoref. dys... doktora ekonom. nauk spets. 08.00.05 – rozvytok produktyvnykh syl i rehional'na ekonomika / N. M. Lysyak ; NANU. DU «In-t rehional. doslidzh. im. M. I. Dolishn'oho», 2021. – 40 s.

4. Nahorna L.P. Rehional'na identychnist': ukrayins'kyu kontekst: monohr. – K.: IPIEND imeni I.F.Kurasa NANU Ukrainy, 2008. – 405 s.

5. Palekha Yu.M. Nova redaktsiya heneral'noyi skhemy planuvannya terytoriyi ukrayiny – stratehiya intehratsiyi Ukrainy u yevropeys'kyu prostir. Ukrayins'kyu heohrafichnyy zhurnal 2020 (1). URL: <https://doi.org/10.15407/ugz2020.01.007>

6. Pidhrushnyy H.P., Mezentshev K.V. Ukrainy i svit, pryvabyvist' terytoriyi: Seriya kart. – K.: DNPV «Kartohrafiya», 2014.

7. Yak ukrayintsi zakhyshchayut' svoyu bahatovikovu kul'turu vid putins'koyi navy. Rezhym dostupu: <https://www.bloomberg.com/graphics/2022-ukraine-culture-russia-war-map-building-preservation/?srnd=citylab>

8. Artuc E., Gomez Parra N., Onder H. (2022) Estimating The True Cost Of War: The Conflict In Eastern Ukraine (2014–2019). URL: <https://cepr.org/voxeu/columns/estimating-true-cost-war-conflict-eastern-ukraine-2014-2019>

9. Joseph V. Hotz and Robert A. Miller (1993), Conditional Choice Probabilities and the Estimation of Dynamic Models. The Review of Economic Studies, Vol. 60, No. 3 (Jul., 1993), pp. 497–529. URL: <http://www.jstor.org/stable/2298122>.

10. Tur, E.M., Bourellos, E. & McKelvey, M. The case of sleeping beauties in nanotechnology: a study of potential breakthrough inventions in emerging technologies. Ann Reg Sci 69, 683–708 (2022). <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01131-z>

11. World Bank (2021), The economics of winning hearts and minds: Programming recovery in Eastern Ukraine, technical report.

12. Zhang, T., Stough, R. & Gerlowski, D. Tsyfrovyy vplyv, vik i pidpryyemnytstvo. Ann Reg Sci 69, 633–681 (2022). <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01130-0>

Дані про авторів

Габрель Микола Михайлович,

д. техн. н., професор, завідувач кафедри архітектурного проектування НУ «Львівська політехніка»

e-mail: mykola.m.habrel@lpnu.ua

ORCID: 0000-0002-2514-9165

Лисяк Наталя Михайлівна,

д. е. н., доцент, проф. кафедри економіки і маркетингу НУ «Львівська політехніка»

e-mail: natali.bila@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8228-016X

Габрель Михайло Миколайович,

к. техн. н., доцент, доцент кафедри містобудування та архітектури Університету Короля Данила, м. Івано-Франківськ

e-mail: mykhailo.habrel@ukd.edu.ua

ORCID 0000-0002-9822-6424

Information about the authors

Mykola Habrel,

Ph.D., professor, head of the department of architectural design of Lviv Polytechnic National University

e-mail: mykola.m.habrel@lpnu.ua

Natalya Lysiak,

Doctor of Economics, associate professor, prof. Department of Economics and Marketing of Lviv Polytechnic University

e-mail: natali.bila@gmail.com

Mykhailo Habrel,

Ph.D., associate professor of the Department of Urban Planning and Architecture, King Danylo University, Ivano-Frankivsk

e-mail: mykhailo.habrel@ukd.edu.ua

УДК 336.027

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087738>

ГЛУХОВ В. В.

Державна фінансова підтримка підприємств АПК України

Предмет дослідження – реалізація державної політики з надання фінансової підтримки підприємствам агропромислового комплексу України.

Мета дослідження – узагальнити комплекс заходів з державної підтримки галузі АПК України та оцінити ефективність економічної політики у цій сфері в цілому.

Методи дослідження. В основі дослідження лежить структурно-логічний метод, який дозволив узагальнити та упорядкувати комплекс заходів державної фінансової підтримки підприємств агропромислового комплексу, що здійснюються в Україні. Своє застосування знайшли системний

метод та низка загальнонаукових методів пізнання – аналізу, синтезу, індукції та дедукції, графічного представлення результатів.

Результати дослідження. У статті розглянуто заходи державної фінансової підтримки фермерських господарств, сільськогосподарських підприємств і виробників продукції сільськогосподарського машинобудування в Україні протягом останніх років. Проаналізовано програми та механізми надання підтримки, їхній вплив на структуру виробництва і міжнародну конкурентоспроможність підприємств АПК. Проаналізовано інструменти економічного розвитку у рамках виконання ЗУ «Про державну підтримку сільського господарства України», реалізацію державних програм «Доступні кредити 5–7–9» та «eРобота» у сфері підтримки сільського господарства, а також програми часткової компенсації для фермерських господарств вартості сільськогосподарської техніки вітчизняного виробництва.

Галузь застосування результатів. Результати даного дослідження можуть бути використані при підготовці інформаційно–аналітичних матеріалів з питань державної фінансової підтримки агропромислового комплексу України.

Висновки. АПК є одним з найбільш фінансово підтримуваних державою секторів української економіки. Розгортання нових державних програм й інструментів підтримки протягом останніх років забезпечило ефективні стимули для активізації інвестиційної діяльності в галузі. Втім наявна підтримка фокусується переважно на сприянні мікро– та малому підприємству, а з початком широкомасштабного військового вторгнення були призупинені ті напрями підтримки, які формували потенціал у сфері виробництва техніки і реманенту, що мало несприятливі наслідки для агропромислового комплексу в частині виготовлення продукції з високим рівнем обробки і доданої вартості.

Ключові слова: АПК, державна фінансова підтримка, бюджетні дотації, урядові гранти, компенсація вартості сільгосптехніки.

HLUKHOV V. V.

State financial support of agricultural enterprises in Ukraine

The subject of the study is implementation of the state policy on providing financial support to enterprises of the agro–industrial complex of Ukraine.

The purpose of the article is to summarize the set of measures that constitute state support of the agricultural sector of Ukraine and evaluate effectiveness of economic policy in this area.

Methodology. The research is based on the structural–logical method, which made it possible to determine and classify ongoing measures of state financial support of agricultural enterprises in Ukraine. The system method, as well as a number of general scientific methods – analysis, synthesis, induction and deduction, graphical presentation of results – have also found their application.

Results. The article looks into state financial support measures for farms, agricultural enterprises and manufacturers of agricultural engineering products in Ukraine. Programs and mechanisms for providing support, their impact on production structure and international competitiveness of agribusiness are analyzed. The tools of economic development in the framework of implementation of the Law «On State Support of Agriculture of Ukraine», state programs «Affordable credits 5–7–9» and «eRobota» in the field of agricultural support, as well as the program of partial compensation for farmers for the cost of domestic agricultural machinery are analyzed.

Area of application. The results of this study can be used in preparation of information and analytical materials on governmental financial support of the agro–industrial complex of Ukraine.

Conclusions. Agricultural industry is one of the most financially supported sectors of the Ukrainian economy. The deployment of new government programs and support tools provided effective incentives for revitalizing investment activity in the industry. However, the existing support focuses mainly on the promotion of micro– and small entrepreneurship; and with the beginning of a large–scale military invasion, those areas of support that formed the potential in the field of equipment and inventory

production were suspended, which had adverse consequences for the agro-industrial complex in terms of levels of processing and value added.

Keywords: *agro-industrial complex, government financial support, budget subsidies, grants, compensation for agricultural machinery.*

Постановка проблеми. Значення АПК в економіці України постійно зростає. Для подальшого розвитку сектор потребує значних інвестиційних ресурсів. Водночас йому притаманні об'єктивно зумовлені особливості виробництва, що вимагають суттєвої фінансової підтримки з боку держави. У більшості країн світу уряди щорічно надають фінансування для широкого кола підприємств АПК, щоб забезпечити життєдіяльність сільськогосподарства, його конкурентоспроможність та гарантувати продовольчу безпеку на національному рівні. Проте сучасний стан державної фінансової підтримки вітчизняного АПК суттєво погіршився у зв'язку з безпрецедентною кризою державних фінансів, викликаною широкомасштабним вторгненням РФ в Україну. Це обумовлює необхідність розглянути поточні виклики, що постали перед системою підтримки АПК, аби в подальшому обґрунтувати напрями та механізми її удосконалення у повоєнний період.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналізу проблем функціонування системи державної фінансової підтримки підприємств АПК в Україні присвячено низку наукових робіт вітчизняних вчених-економістів, серед яких: В.Л. Гераймович [1], І.Д. Метелева [2], М.В. Кравченко [3], Л.О. Вдовенко [4], М.А. Коваленко [5], О.Г. Мітал [6], А.М. Галайко [7; 8] та ін. Зокрема, ними визначено механізми державної фінансової підтримки сільського господарства, що використовуються в Україні, проаналізовано проблеми цільового надання бюджетних коштів для підприємств АПК, дано детальну оцінку перспективам розвитку вітчизняного сільськогосподарського сектора в умовах євроінтеграції, здійснено спроби сформулювати методологічні підходи до оцінювання ефективності державної фінансової підтримки розвитку агропромислового комплексу на мікро- та макрорівні. Віддаючи належне наявним напрацюванням, слід зазначити, що руйнівний вплив широкомасштабного воєнного вторгнення підважив діючу систему фінансової підтримки підприємств АПК в Україні, що визначає необхідність подальших досліджень у цьому напрямі.

Мета статті полягає в узагальненні комплексу заходів з державної підтримки галузі АПК України й оцінці ефективності економічної політики у цій сфері в цілому.

Виклад основного матеріалу. Державна фінансова підтримка господарюючих суб'єктів в Україні складає близько 0,3% ВВП, що становить приблизно 20 млрд грн на рік. Більше половини цієї суми спрямовується на підтримку господарської діяльності у сільському господарстві. Основними механізмами надання цієї підтримки є програми розвитку, які здійснює Міністерство аграрної політики та продовольства, допомога в рамках реалізації програми «Доступні кредити 5–7–9», гранти від урядового проекту «Робота». Поряд з цим, важливою для розвитку АПК є державна програма часткової компенсації фермерським господарством вартості придбаної сільськогосподарської техніки і реманенту вітчизняного виробництва.

Фінансова підтримка від Міністерства аграрної політики України у попередні роки здійснювалась відповідно до ЗУ «Про державну підтримку сільського господарства України», ЗУ «Про фермерське господарство» і ЗУ «Про організації водокористувачів та стимулювання гідротехнічної меліорації земель» за такими напрямками і формами:

I. У 2021 році:

- державна підтримка розвитку тваринництва і переробки продукції сільського господарства – надана 40 тис суб'єктам на суму 1,6 млрд грн;
- фінансова підтримка розвитку фермерських господарств – надана близько 1 тис. суб'єктам на суму 120 млн грн;
- фінансова підтримка заходів в АПК шляхом здешевлення кредитів – надана 4,4 тис. суб'єктам на суму 1,2 млрд грн;
- фінансова підтримка розвитку садівництва, виноградарства та хмелярства – надана понад 200 суб'єктам на суму 512 млн грн;
- фінансова підтримка сімейним фермерським господарствам через доплату на користь застрахованих осіб єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – надана 94 суб'єктам на суму 603 тис. грн;

- відшкодування втрат від пошкодження посівів сільськогосподарських культур внаслідок надзвичайних ситуацій техногенного та природного характеру – надана 526 суб'єктам на суму 108 млн грн;

- державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників шляхом виділення бюджетних субсидій з розрахунку на одиницю оброблюваних угідь – надана 654 суб'єктам на суму 50 млн грн;

- державна підтримка виробників картоплі – надана 2 суб'єктам на 53 млн грн;

- державна фінансова підтримка сільськогосподарських товаровиробників, які використовують меліоровані землі – надана 7 суб'єктам на суму 17 млн грн;

- пільгові кредити фермерським господарствам – надані 127 суб'єктам на суму 50 млн грн.

II. У 2022 році:

- фінансова підтримка сімейним фермерським господарствам через доплату на користь застрахованих осіб єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – надана 198 суб'єктам на суму 1,3 млн грн;

- підтримка фермерських господарств, інших виробників сільськогосподарської продукції – надана більш як 21 тис суб'єктам на суму понад 1,6 млрд грн [9].

На 2023 рік в державному бюджеті передбачено виділення 2 млн грн на доплати на користь застрахованих осіб; 199 млн грн – для сільськогосподарських виробників, які використовують меліоровані землі; 80 млн грн – для провадження виробничої діяльності та диверсифікації виробництва фермерських господарств. Як видно, число програм підтримки і загальні обсяги фінансування від Міністерства аграрної політики у 2022–2023 рр. значно знизились, що зумовлено широкомасштабним вторгненням РФ в Україну і відповідним скороченням державних видатків.

Державну програму «Доступні кредити 5–7–9%» запроваджено у лютому 2020 р. за ініціативи Президента України та Кабінету Міністрів України з метою підтримки інвестиційних проектів. Від початку широкомасштабного вторгнення цілями Програми визначено розвиток підприємництва через збільшення обсягів високотехнологічного виробництва, інновацій, експорту, імпортозаміщення, зростання енергоефективності, сприяння створенню робочих місць і підприємств, повернення трудових мігрантів до України.

Для реалізації зазначеної мети Програми «5–7–9» кредит може надаватися на інвестиційні цілі, пов'язані із провадженням господарської діяльності суб'єктом підприємництва, а також на цілі, що пов'язані із здійсненням уповноваженим банком рефінансування заборгованості суб'єкта підприємництва за кредитом, наданим банком України, а саме на:

- придбання та/або модернізацію основних засобів, за винятком придбання транспортних засобів (крім тих, що будуть використовуватися в комерційних та виробничих цілях);

- придбання нежитлової нерухомості та/або земельних ділянок з метою провадження суб'єктом підприємництва господарської діяльності без права передачі такої нерухомості в платне або безоплатне користування третім особам;

- здійснення будівництва, реконструкції, ремонту в приміщеннях, у яких компанія провадить основну господарську діяльність (крім офісних приміщень), які на праві власності або користування належать компанії;

- придбання за договорами комерційної концесії (франчайзингу) прав інтелектуальної власності, пов'язаних із реалізацією інвестиційного проекту;

- фінансування оборотного капіталу за умови, коли необхідність у такому оборотному капіталі є невід'ємною частиною витрат на інвестиційний проект.

Реалізація Програми 5–7–9 здійснюється за рахунок коштів Фонду розвитку промисловості (ФРП), що фінансується з Державного бюджету України. Поряд із цією Програмою ФРП реалізує програми «Доступна іпотека 7%» і «Доступний фінансовий лізинг 5–7–9%». Протягом 2020–2023 рр. обсяги річного фінансування ФРП зросли з 1,5 до 16,0 млрд грн. Основні видатки Фонду у на компенсації відсоткових ставок за кредитами здійснюються для підприємств, що ведуть господарську діяльність саме у сільському господарстві (рис. 1).

Загальний обсяг пільгових кредитів для сільськогосподарських товаровиробників протягом усього терміну дії Програми «5–7–9» від початку її реалізації до 17 квітня 2023 року склав 101,05 млрд грн, що становить 53% від обсягу усіх пільгових кредитів для підприємств всіх галузей. Кількість кредитів з пільговими відсотковими ставками для сільгоспвиробників склала майже 25,3 тис. штук або 43% від загального обсягу.

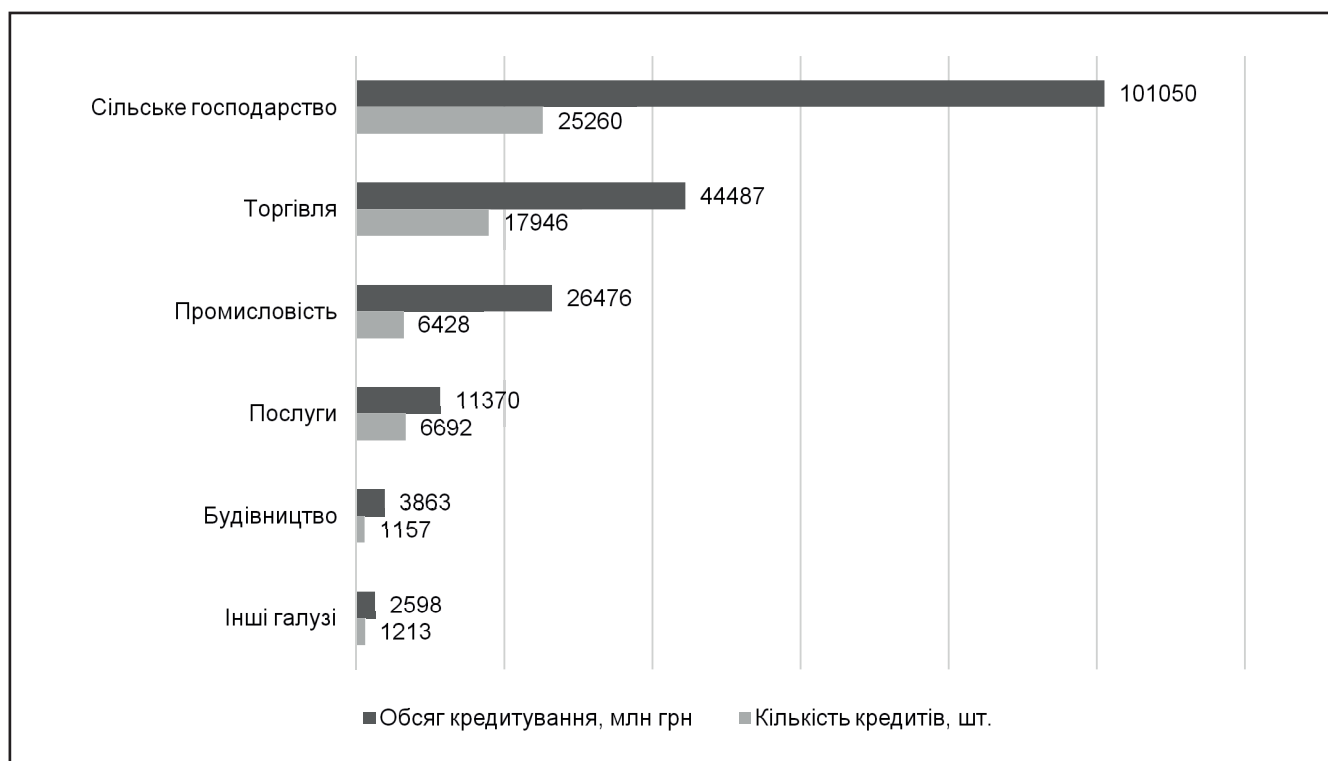


Рисунок 1. Структура кредитного портфелю у рамках державної програми «Доступні кредити 5–7–9» станом на 17.04.2023 року

Джерело: [10]

За час дії воєнного стану – з 24.02.2022 р. по 17.04.2023 р. – в межах Державної програми «Доступні кредити 5–7–9» видано 27,72 тис. пільгових кредити на загальну суму близько 99,3 млрд грн. З них:

- 56,80 млрд грн – на антивоєнні цілі;
- 27,14 млрд грн – кредити для сільськогосподарських товаровиробників;
- 7,38 млрд грн – як антикризові кредити;
- 4,35 млрд грн – як рефінансування попередньо отриманих кредитів;
- 1,36 млрд грн – на інвестиційні цілі.

Хоча з часу введення військового стану пріоритети пільгового кредитування були відповідно модифіковані, кредити для сільськогосподарських товаровиробників все ще залишаються одним з основних напрямів надання державної фінансової підтримки у рамках Програми «5–7–9».

Що стосується урядового проекту «еРобота», він був започаткований уже під час дії воєнного стану з метою активізації підприємницької діяльності та стимулювання створення робочих місць у сфері мікро- і малого бізнесу. Проект включає 6 грантових програм, за якими можна одержати: мікрогранти для створення власного бізнесу; гранти для розвитку переробного підприємства; грант на

реалізацію стартапу, у тому числі у секторі інтернет-технологій; кошти на навчання ІТ-спеціалістам; а у сфері сільського господарства – державне фінансування закладки саду і кошти для розвитку тепличного господарства [11].

Урядова грантова програма для створення або розвитку садівництва, ягідництва та виноградарства дозволяє залучити від 140 тис. до 400 тис. грн/га, але не більше 10 млн грн та не більше 70% від вартості висадки насаджень. Гранти надаються виключно для висадки не більше 25 га насаджень з встановленням відповідних систем зрошення і водозабору. У 2022 р. за цією програмою надано грантів на суму 39,7 млн грн, а вже у бюджеті на 2023 р. на неї закладено 757,7 млн.

Гранти для створення або розвитку тепличного господарства надаються на будівництво 1000 модульних теплиць у розмірі не більше 70% від вартості проекту будівництва модульної теплиці, але не більше 7 млн грн. Видатки державного бюджету на ці гранти зросли з 14,0 млн грн у 2022 р. до 239,3 млн грн, запланованих у 2023 р. Загалом частка видатків «еРобота», спрямованих на сільськогосподарські проекти, зросла з 3,5% у 2022 році до 31,2% у 2023 році.

Таблиця 1. Показники ринку сільгосптехніки та обладнання України у 2016–2019 рр.

Показники	2016	2017	2018	2019
Загальна вартість придбаної с/г техніки та обладнання, млрд грн	8,9	12,5	18,5	17,9
З неї вартість с/г техніки та обладнання вітчизняного виробництва, млрд грн	1,5	1,9	6,0	5,9
У тому числі вартість с/г техніки та обладнання, придбаних із частковою компенсацією, млрд грн	–	0,8	4,4	5,8
Частка вітчизняної продукції у формуванні внутрішнього ринку с/г техніки та обладнання, %	16,8	15,2	32,0	33,0

Джерело: [12, с. 146]

Починаючи з червня 2017 р., в Україні діє державна програма підтримки сільгоспвиробників через часткову компенсацію вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва. Суть програми полягає у компенсації фермерським господарствам та іншим сільгоспвиробникам до 40% вартості продукції сільгоспмашинобудування зі ступенем локалізації не менше 60% для простого обладнання та 35–55% для складної самохідної техніки.

Впродовж 2017–2020 років масштаб програми було розширено: номенклатуру сільгосптехніки, для якої надається компенсація, збільшено з 792 до 14573 одиниць найменувань продукції; кількість підприємств–учасників програми зросла з 40 до 191. Обсяг коштів, передбачених у державному бюджеті на часткову компенсацію вартості придбаної сільгосптехніки, протягом 2017–2020 рр. зріс з 0,55 млрд до 1,0 млрд грн. При цьому у 2017 р. фактично було використано 24,4% закладеної у бюджет суми на реалізацію програми, а в 2020 р. – вже понад 98,6% коштів.

За підсумками 2017–2020 рр. реалізація програми дала відчутний позитивний ефект як для вітчизняних фермерських господарств, так і виробників продукції сільськогосподарського машинобудування (табл. 1).

Так, частка вітчизняної с/г техніки на внутрішньому ринку України збільшилась удвічі порівняно з 2016 р. – з 16,8 до 33,0%. Загальний обсяг вітчизняного виробництва техніки для потреб АПК у 2016–2020 рр. збільшився з 5,8 тис. до 12,0 тис. одиниць, у тому числі продажі на внутрішньому ринку – з 1,5 тис. до 6,5 тис. одиниць, експортні поставки – з 3,3 до 5,0 тис. одиниць, а залишки на складах зменшились з 1,0 до 0,5 тис. одиниць техніки. Програмою у 2020 р. скористалося майже 10 тис. фермерських госпо-

дарств, що придбали 25,1 тис. одиниць техніки на пільгових умовах на загальну суму 5,8 млрд грн. З них 17 зернозбиральних комбайнів, 30 зерновозів–автопоїздів, 343 трактори, понад 4,1 тис. ґрунтообробної та посівної техніки, понад 20 тис. малого сільськогосподарського обладнання.

Однак з часу широкомасштабного вторгнення програма часткової компенсації вартості сільгосптехніки була призупинена, у 2023 році бюджетні кошти на відповідну статтю витрат також не передбачені. У поєднанні з іншими негативними факторами, спричиненими воєнними діями, це мало вкрай негативний вплив на галузь, який ще належить оцінити.

Висновки

АПК є одним з найбільш фінансово підтримуваних державою секторів української економіки. Розгортання нових державних програм й інструментів підтримки протягом останніх років забезпечило ефективні стимули для активізації інвестиційної діяльності в галузі. Втім наявна підтримка фокусується переважно на сприянні мікро- та малому підприємству, а з початком широкомасштабного військового вторгнення були призупинені ті напрями підтримки, які формували потенціал у сфері виробництва техніки і реманенту, що мало несприятливі наслідки для агропромислового комплексу в частині виготовлення продукції з високим рівнем обробки і доданої вартості.

Список використаних джерел

1. Гераймович В.Л. Державна фінансова підтримка агропромислових підприємств в Україні. Економіка Криму. 2013. № 1. С. 94–99.
2. Метелева І.Д. Особливості державної фінансової підтримки агропромислового комплексу України в сучасних умовах. Агросвіт. 2010. № 3. С. 14–16.

3. Кравченко М.В. Розвиток та модернізація державної фінансової підтримки агропромислового комплексу України в умовах євроінтеграції. *Агросвіт*. 2013. № 19. С. 49–53.

4. Вдовенко Л.О., Черненко Д.С. Фінансова підтримка особистих селянських господарств — стимул розвитку агропромислового виробництва галузі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2015. № 2. С. 33–38.

5. Коваленко М., Онікієнко Н. Міжнародна фінансова підтримка підприємств агропромислового бізнесу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 1. С. 61–71.

6. Мітал О.Г. Напрями вдосконалення державної фінансової підтримки інноваційного розвитку агропромислового комплексу в умовах євроінтеграції. *Інтелект XXI*. 2016. № 5. С. 155–157.

7. Галайко А.М. Оцінка ефективності державної фінансової підтримки розвитку агропромислового комплексу. *Агросвіт*. 2019. № 3. С. 79–88.

8. Галайко А.М. Оцінка впливу бюджетної підтримки агропромислового комплексу на фінансові показники діяльності його суб'єктів господарювання. *Економіка та держава*. 2019. № 9. С. 115–122.

9. Звіт щодо отримувачів державної підтримки в галузі АПК / Міністерство аграрної політики та продовольства України. URL: <https://minagro.gov.ua/pidtrimka/zvit-shchodo-otrimuvachiv-derzhavnoyi-pidtrimki-v-galuzi-apk>

10. Інформація про результати державної програми «Доступні кредити 5–7–9» / Фонд розвитку підприємництва. URL: <https://bdf.gov.ua/uk/informaciya-pro-rezultati-derzhavnoji-programi-dostupni-krediti-5-7-9>

11. «eРобота»: Гранти від держави на відкриття або розвиток бізнесу / Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=94321ef8-1418-479c-a69f-f3d0fdb8b977&title=Robota-GrantiVidDerzhaviNaVidkrittiaChiRozvitokBiznesu>

12. Іванов Є.І. Диверсифікація зовнішньої торгівлі та економічне зростання : монографія. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2021. 276 с.

References

1. Heraimovych V.L. (2013). Derzhavna finansova pidtrymka ahropromyslovykh pidpriemstv v Ukraini [State financial support of agro-industrial enterprises in Ukraine]. *Economy of Crimea*. No. 1. P. 94–99.

2. Meteleva I.D. (2010). Osoblyvosti derzhavnoi finansovoi pidtrymky ahro-promyslovoho kompleksu Ukrainy v

suchasnykh umovakh [Peculiarities of state financial support of the agro-industrial complex of Ukraine in modern conditions]. *Agroworld*. No. 3. P. 14–16.

3. Kravchenko M.V. (2013). Rozvytok ta modernizatsiia derzhavnoi finansovoi pidtrymky ahropromyslovoho kompleksu Ukrainy v umovakh yevrointehratsii [Development and modernization of state financial support of the agro-industrial complex of Ukraine under European integration]. *Agroworld*. No. 19. P. 49–53.

4. Vdovenko L.O., Chernenko D.S. (2015). Finansova pidtrymka osobystykh selianskykh hospodarstv — stimul rozvytku ahropromyslovoho vyrobnytstva haluzi [Financial support of personal peasant farms — a stimulus for agro-industrial production development]. *Economy. Finances. Management: topical issues of science and practice*. No. 2. P. 33–38.

5. Kovalenko M., Onikienko N. (2018). Mizhnarodna finansova pidtrymka pidpriemstv ahropromyslovoho biznesu [International financial support of agro-industrial enterprises]. *Foreign trade: economy, finance, law*. No. 1. P. 61–71.

6. Mital O.H. (2016). Napriamy vdoskonalennia derzhavnoi finansovoi pidtrymky innovatsiinoho rozvytku ahropromyslovoho kompleksu v umovakh yevrointehratsii [Directions for improving state financial support for innovative development of agro-industrial complex under European integration]. *Intelligence XXI*. No. 5. P. 155–157.

7. Halayko A.M. (2019). Otsinka efektyvnosti derzhavnoi finansovoi pidtrymky rozvytku ahropromyslovoho kompleksu [Evaluation of state financial support effectiveness for the agro-industrial complex development]. *Agroworld*. No. 3. P. 79–88.

8. Halayko A.M. (2019). Otsinka vplyvu biudzhetnoi pidtrymky ahropromyslovoho kompleksu na finansovi pokaznyky diialnosti yoho subiektiv hospodariuvannia [Assessment of impact of agro-industrial complex budgetary support on the financial performance of its entities]. *Economy and the state*. No. 9. P. 115–122.

9. Ministry of agrarian policy and food of Ukraine (2023). Report on recipients of state support in the agricultural sector. Retrieved from: <https://minagro.gov.ua/pidtrimka/zvit-shchodo-otrimuvachiv-derzhavnoyi-pidtrimki-v-galuzi-apk>

10. Entrepreneurship Development Fund (2023). Information on the results of the state program "Affordable loans 5–7–9". Retrieved from: <https://bdf.gov.ua/uk/informaciya-pro-rezultati-derzhavnoji-programi-dostupni-krediti-5-7-9>

11. Ministry of economy of Ukraine (2023). "eRobota": Grants from the state for opening or developing a business. Retrieved from: <https://www.me.gov>

ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=94321ef8-1418-479c-a69f-f3d0fdb8b977&title=Robota-GrantiVidDerzhaviNaVidkrittiaChiRozvitokBiznesu

12. Ivanov Ye.I. (2021). Dyversyfikatsiia zovnishnoi to-rhivli ta ekonomichne zrostannia [Diversification of foreign trade and economic growth: monograph]. Kyiv: «Condor» Publishing House.

Дані про автора

Глухов Володимир Володимирович,
аспірант відділу фінансової політики Державного

науково-дослідного інституту інформатизації та моделювання економіки.

e-mail: volodymyr.glukhov@gmail.com

Information about the author

Volodymyr Hlukhov,

Postgraduate student of Financial Policy Department of State Research Institute for Informatization and Economic Modeling

e-mail: volodymyr.glukhov@gmail.com

УДК 338.49

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087745>

МЕЛЬНИК В. М.

Засадничі принципи повоєнної відбудови української інфраструктури

Предмет дослідження – процес формування інфраструктурної політики уряду в умовах реалізації великих загальнонаціональних проектів відбудови та розвитку.

Мета дослідження – сформулювати комплексний та системний підхід до процесів планування, управління і проведення відбудови української інфраструктури, втраченої у результаті широко-масштабного вторгнення.

Методи дослідження. В основі дослідження лежить структурно-логічний метод, що дозволив узагальнити й упорядкувати ключові принципи формування та реалізації державної інфраструктурної політики держави. Своє застосування знайшли системний метод, а також ряд загальнонаукових методів пізнання – аналізу, синтезу, індукції та дедукції, графічного представлення результатів.

Результати дослідження. У статті обґрунтовано засадничі принципи та підходи до формування інфраструктурної політики держави на сучасному етапі, що стануть у нагоді при здійсненні великих проектів повоєнної відбудови інфраструктури в Україні. До цих принципів належать: стратегічне планування, задоволення попиту на послуги інфраструктури, урахування позаекономічних факторів у реалізації інфраструктурних проектів, уникнення несприятливого впливу на довкілля, використання циркулярної економіки та мінімізація карбонового сліду, забезпечення інклюзивності і сприятливих умов для розвитку громад, забезпечення економічних переваг для регіонів, фінансова і фіскальна стабільність, транспарентність прийняття рішень, встановлення критеріїв та оцінка ефективності реалізації інфраструктурних проектів.

Галузь застосування результатів. Результати даного дослідження можуть бути використані при підготовці інформаційно-аналітичних матеріалів з питань державної інфраструктурної політики та при розробці національної стратегії повоєнної відбудови інфраструктури України.

Висновки. Держава залишається головною рушійною силою інфраструктурного розвитку, з однієї сторони, як найбільший замовник будівництва відповідних об'єктів, а з іншої – як регулятор, який встановлює правила та напрями розвитку інфраструктури країни через інституційні і правові механізми згідно з основними викликами сучасності (масштабна відбудова інфраструктури для перезапуску економіки у повоєнний період, боротьба зі зміною клімату, розвиток громад і територій тощо). Ефективна політика у цій сфері потребує дотримання ряду принципів для системного врахування складових елементів успіху і досягнення соціально, економічно й екологічно бажаних результатів від інфраструктурного розвитку.

Ключові слова: інфраструктура, сталий розвиток, «smart»-рішення, державно-приватне партнерство, регіональна політика, інституційна взаємодія.

Key principles for post-war reconstruction of ukrainian infrastructure

The subject of the study is the process of forming government's infrastructural policy in the context of implementation of large national reconstruction and development projects.

The purpose of the article is to form a comprehensive and systematic approach to planning, management and rebuilding of the Ukrainian infrastructure lost in result of a large-scale invasion.

Methodology. The research is based on the structural-logical method, which made it possible to generalize and compile key principles of formation and implementation of state infrastructure policy. The system method, as well as a number of general scientific methods – analysis, synthesis, induction and deduction, graphical presentation of results – have also found their application.

Results. The article looks into basic principles and approaches to formation of modern state infrastructure policy, which can be useful for large projects of post-war infrastructure rebuilding in Ukraine. These principles include: strategic planning, understanding demand for infrastructure services, taking into account non-economic factors, avoiding adverse effects on environment, considering circular economy and minimizing carbon emissions, ensuring inclusiveness and favorable conditions for communities, ensuring benefits at the regional level, financial and fiscal stability, transparent decision-making, establishing the key performance indicators (KPI) and regular monitoring of infrastructure performance.

Area of application. The results of this study can be used in preparation of information and analytical materials on state infrastructure policy and in the development of the national strategy for the post-war infrastructure rebuild of Ukraine.

Conclusions. Government remains the major driver of infrastructural development, on the one hand, as the largest customer for facilities construction, and, on the other hand, as a regulator that establishes rules and directions for infrastructure development through the institutional and legal mechanisms in accordance with key current challenges (large-scale rebuild of infrastructure to restart the economy in post-war period, the fight against climate change, regional development, etc.). An effective policy in this area requires the observance of a number of principles to achieve systematic success, according to socially, economically and ecologically desirable results from infrastructural development.

Keywords: infrastructure, sustainable development, smart-solutions, public-private partnership, regional policy, institutional interaction.

Постановка проблеми. Інфраструктура надає життєво необхідні послуги для населення, забезпечує функціонування всіх без винятку секторів економіки (сільське господарство, промисловість, будівельна галузь, послуги) й уможливорює інтеграцію у світове господарство. Інфраструктура має центральне значення для сталого розвитку, підтримки економічного зростання та надає послуги, необхідні для покращення засобів існування й добробуту. Водночас нестабільна та погано спланована інфраструктура може мати катастрофічні наслідки для навколишнього середовища та суспільства.

Широкомасштабна воєнна агресія Росії призвела й продовжує завдавати значної шкоди українській інфраструктурі. За оцінками Київської школи економіки, сума прямих збитків, нанесених інфраструктурі України в ході війни, ста-

ном на 24 березня 2023 року досягла 1,8 трлн грн. Зокрема пошкоджено, зруйновано або захоплено щонайменше 4431 житловий будинок, 92 виробничих об'єктів / підприємств, 378 закладів освіти, 138 закладів охорони здоров'я, 8 цивільних аеропортів, 10 військових аеродромів, 7 тепло- та гідроелектростанцій [1].

Безпрецедентна шкода обумовлює об'єктивну необхідність у реалізації великих проектів з відбудови української інфраструктури у повоєнний період. При цьому така відбудова не повинна полягати у простому відновленні об'єктів, що були пошкоджені, а має бути націлена на забезпечення потреб національного господарства й населення з урахуванням новітніх технологічних досягнень і докорінних змін у структурі економіки, спричинених наслідками воєнних дій. У зв'язку з цим виникає потреба чітко визначити ключо-

ві принципи, якими повинна керуватися держава під час формування і реалізації відповідної інфраструктурної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблемам формування і реалізації інфраструктурної політики держави присвячено публікації низки вітчизняних вчених, серед яких: В.М. Анікеєнко [2], Н.А. Малиш [3], І.Л. Артеменко [4], Г.Ю. Зубко [5]. Слід також виокремити праці тих науковців, що акцентували увагу на необхідності захисту об'єктів критичної інфраструктури в умовах гібридної російсько-української війни 2014–2022 рр., зокрема О.М. Суходолі [6; 7] й О. Мельничука [8]. Віддаючи належно наявним напрацюванням, слід зазначити, що новітні виклики для вітчизняної інфраструктури обумовлюють необхідність подальших досліджень у цій сфері.

Мета статті полягає у тому, щоб сформува-ти комплексний та системний підхід до процесів планування, управління і проведення відбудови інфраструктури України у повоєнний період з урахуванням новітніх тенденцій світогосподарського розвитку, зокрема у сфері протидії кліматичним змінам.

Виклад основного матеріалу. Попри всі поточні складнощі воєнного часу перед Україною відкривається перспектива залучення безпрецедентного обсягу інвестицій в інфраструктуру по закінченні періоду активних бойових дій. Принципово важливо, що це можливість не просто відновити пошкоджені об'єкти, а докорінно трансформувати інфраструктурну мережу. Втім реалізація такого масштабного проекту потребуватиме системного й комплексного підходу до інфраструктурного розвитку, який зважуватиме ризики для населення та навколишнього середовища, водночас сприяючи соціально-економічному розвитку. Важливим критерієм ефективності інфраструктурної політики також стає забезпечення стійкості інфраструктурної мережі у поєднанні з гнучкістю та адаптивністю до мінливих умов.

Прийняття обґрунтованих рішень щодо формування і реалізації інфраструктурної політики в умовах повоєнної відбудови матиме вирішальне значення для економічного розвитку України на десятиріччя вперед. З огляду на величезну суспільну вагу таких рішень, критично важливим є привести всі етапи інфраструктурної відбудови у строгу відповідність засадничим принципам, що мають гарантувати єдність та ефективність

взаємодії всіх зацікавлених сторін у розбудові якісно нової інфраструктурної системи в Україні. Розглянемо ці принципи:

1) Стратегічне планування. Рішення щодо відновлення, розбудови чи розвитку об'єктів інфраструктури повинні виходити зі стратегічних планів та узгоджуватися із загальнонаціональними програмами і міжнародними зобов'язаннями у сфері сталого розвитку, а на етапі практичної реалізації – мати активний та скоординований супровід на національному та регіональному рівнях державного управління.

Рішення про інвестиції в інфраструктуру мають ґрунтуватися на довгостроковому стратегічному баченні сталого розвитку, що базується на потребах в інфраструктурних послугах та виходить далеко за межі національних і регіональних політичних циклів. Це бачення повинно бути підкріплено відповідним плануванням, забезпеченим через узгоджену і скоординовану роботу владних інституцій на центральному та місцевому рівнях. Протягом періоду експлуатації інфраструктурні об'єкти, як правило, підпадають під повноваження багатьох урядових відомств, а вплив цих об'єктів часто перетинає адміністративні і міжнародні кордони. Отже, плануватися інфраструктура також має на рівні її географічного впливу.

Щоб уможливити такий тип координації, необхідно усунути розбіжності – як між відомствами, так і всередині них – для сприяння та стимулювання більшої співпраці. Збір, генерація та аналіз даних мають бути скоординовані, а самі дані – надаватися до спільного використання. Бачення, плани та політику слід розробляти спільно. Політика та нормативні акти на різних рівнях повинні бути гармонізовані, не суперечити одне одному і не створювали різноспрямованих стимулів та сигналів для інвесторів і ринку. Реалізація планів і стратегій повинна підтримуватися стабільним та передбачуваним нормативно-правовим середовищем, яке стимулює сталий розвиток інфраструктури протягом тривалого часу і в різних сферах. Стабільні і ефективні структури управління, законодавчі рамки та економічна політика, узгоджені з довгостроковим плануванням, забезпечать певність і зменшать ризики для підприємств, інвесторів та інших ключових рушійних сил повоєнної відбудови і подальшого розвитку інфраструктури.

2) Задоволення попиту на послуги інфраструктури. Планування інфраструктурної відбудови має

базуватися на адекватному розумінні і прогнозуванні потреб у послугах об'єктів інфраструктури та ґрунтуватися на різноманітних варіантах, доступних для задоволення цих потреб. Це включає в себе ефективне управління мінливим попитом, а також оцінку альтернатив між задоволенням потреб шляхом відновлення існуючої інфраструктури та інвестуванням у нову інфраструктуру. Для цього у плани відбудови інфраструктури повинні бути гнучкими до невизначеності та можливих змін, постійно оновлюватись з часом.

Планування інфраструктури повинно базуватися на чітко визначених потребах у послугах, які надають інфраструктурні об'єкти, та бути адаптованим до різноманітних майбутніх умов. Це дозволяє більш ефективно розподіляти ресурси й може призвести до створення дешевшої інфраструктури, яка краще узгоджується з цілями соціально-економічного розвитку. Визначальним слугує й чітке розуміння різноманітних чинників попиту на послуги інфраструктури, серед яких: демографічні показники, урбанізація та міграція населення, зміни клімату, структура економіки, продуктивність тощо.

Не уникнути й прискіпливої уваги до оцінювання потенційних ризиків для об'єктів інфраструктури, передусім пов'язаних з імовірністю поновлення воєнних дій, пандемії, економічних криз, наслідками зміни клімату й ерозії ґрунтів, інших потрясінь. Поряд із прямими ризиками фізичного знищення об'єктів інфраструктури необхідно врахувати й непрямі, що можуть призвести до падіння попиту населення чи бізнесу на послуги цих об'єктів. Крім того, інфраструктура повинна бути спланована та розроблена таким чином, щоб відповідати технологічним змінам та уникати технологій, які можуть стати застарілими або недоступними. Це включає в себе вуглецево-інтенсивні і забруднюючі технології, які можуть збільшити майбутні експлуатаційні витрати через необхідність відповідати новим, більш суворим екологічним стандартам. Навпаки, технології, які підвищують майбутню гнучкість (наприклад, цифрові технології та «розумні» рішення), можуть допомогти зменшити ризики невизначеності інвестицій в інфраструктуру.

3) Врахування позаекономічних факторів. Екологічна, соціальна та економічна стійкість інфраструктури повинна бути оцінена на початкових етапах планування та підготовки, охоплюючи як

фінансові, так і нефінансові чинники для проектів, систем і секторів протягом їхнього життєвого циклу. Аналіз повинен враховувати кумулятивний вплив на екосистеми та спільноти як частину більш широкого ландшафту за межами безпосередньої близькості до місця реалізації інвестиційного проекту та враховувати міжнародний вплив.

Порівняльний аналіз інфраструктурних проектів повинен враховувати не лише фінансові витрати та вигоди на основі ринкових цін, але також соціальні й екологічні фактори з поправками на ризики і недосконалість ринку. Там, де можливо й доцільно, неекономічні позитивні і негативні впливи мають бути кількісно визначені у вартісному вираженні, щоб об'єктивно оцінити компроміси на основі загальної системи відліку. У протилежному випадку слід повністю проводити вимірювання у фізичних одиницях або якісних значеннях.

Необхідно враховувати кумулятивний вплив численних взаємопов'язаних мереж інфраструктурних об'єктів (наявних і тих, що перебувають на етапі проектування), а оцінювання їх впливу не повинні довільно обмежуватися адміністративними межами. Розуміння сукупного впливу – як позитивного, так і негативного – синергії і компромісів між екологічними, соціальними і економічними витратами і вигодами дасть можливість визначити, чи забезпечить загальне поєднання інфраструктурних об'єктів найкращі рішення для задоволення потреб в інфраструктурних послугах при досягненні цілей повоєнної відбудови.

4) Уникнення несприятливого впливу на довкілля. Необхідно звести до мінімуму негативний вплив інфраструктурних об'єктів на навколишнє середовище, при цьому максимально збільшивши природний капітал і його використання. Необхідно уникати будівництва на територіях, що мають важливе значення для збереження екосистем та біорізноманіття. Розвиток фізичної інфраструктури повинен доповнити або зміцнити, а не замінити здатність природи надавати такі послуги, як водопостачання та очищення, контроль за повеннями та поглинання вуглецю.

Щоб мінімізувати вплив розвитку інфраструктури на біорізноманіття, необхідно, наскільки це можливо, віддавати перевагу розробці забудованих територій, тобто вибору ділянок, які вже змінили свій природний стан. Там, де розробка нових територій (greenfield) абсолютно необхідна, доцільно уникати використання територій, важли-

вих для збереження біорізноманіття або таких, що мають високу цінність для екосистем. Заходи щодо уникнення та/або мінімізації негативних екологічних впливів доцільно визначити ще на етапі розробки інвестиційного проекту. При плануванні розміщення об'єктів інфраструктури слід врахувати й потенційні наслідки аварій чи катастроф, а також наслідки зміни клімату. Це стосується як стійкості самого інфраструктурного об'єкта – наприклад, впливу зсувів або повеней у певному місці – так і впливу, який він може мати на навколишнє середовище у разі надзвичайної ситуації.

5) Використання циркулярної економіки і мінімізація карбонового сліду. Принципи циркулярної економіки та використання новітніх технологій та будівельних матеріалів повинні бути закладені в інфраструктурних проектах, щоб мінімізувати карбоновий слід, зменшити шкідливі викиди і відходи від функціонування відповідних об'єктів.

Будівництво інфраструктури потребує значної кількості корисних копалин та є основним рушієм використання національного ресурсного потенціалу в країнах, що розвиваються. Ряд інфраструктурних систем також вимагає постійного надходження ресурсів, таких як електрична енергія та вода, протягом усього життєвого циклу. Однак з іншого боку, невиправдано великі обсяги споживання ресурсів призводять до викидів CO₂ і додаткових відходів. Тому при зведенні нових об'єктів інфраструктури чи ремонті і модернізації існуючих необхідно чітко планувати розуміти тип і кількість природних ресурсів, необхідних протягом усього життєвого циклу і ланцюжка створення вартості, а також розглядати можливість використання альтернативних матеріалів і технологій, які можуть допомогти зменшити ресурсоемність.

Повторне використання матеріалів також надзвичайно важливе для зменшення рівня забруднення і відходів при розбудові інфраструктурної мережі. Так, повторне використання матеріалів з існуючих об'єктів інфраструктурних при будівництві нових може зменшити витрати та прискорити термін окупності капіталовкладень. Принципи циркулярної економіки, включаючи відновлення ресурсів, повторне використання, повторне виробництво та переробку, повинні застосовуватися протягом усього періоду використання об'єктів інфраструктури.

6) Забезпечення інклюзивності і сприятливих умов для розвитку місцевих громад. Інвестиції в

інфраструктуру мають забезпечувати баланс між врахуванням соціальних та економічних пріоритетів. Інфраструктура має надавати доступні послуги, сприяючи соціальному залученню, розвитку економічних можливостей, соціальній мобільності та захисту прав людини, а також уникати шкоди громадам й окремим користувачам, бути безпечною і сприяти здоров'ю та добробуту населення. Інфраструктура є основою для зміцнення людського капіталу та життєво важливою для підвищення рівня залученості у суспільні процеси.

7) Забезпечення економічних переваг для регіонів. Реалізація інфраструктурних проектів має створювати нові робочі місця, підтримувати місцевий бізнес і створювати зручності, які приносять користь громадам, таким чином максимізуючи та зберігаючи їх економічні вигоди.

Економічні стимули, безумовно, слід розглядати як рушійний фактор у прийнятті рішення про будівництво нової інфраструктури. Адже надання послуг енергетичної, водної, транспортної й іншої інфраструктури має далекосяжні переваги для економіки, стимулюючи промисловість, торгівлю та мобільність робочої сили. Якщо планування інфраструктурних проектів здійснюється за неповного усвідомлення того, яке значення інфраструктура матиме для господарської діяльності конкретного регіону і суміжних з ним регіонів, то досягти вказаних економічних вигод може бути надзвичайно складно.

Будівництво та експлуатація певних типів інфраструктури має великий потенціал для створення робочих місць. Заходи з оптимізації впливу на зайнятість (включаючи стимулювання використання рішень, технологій та методів, що базуються на праці та місцевих ресурсах, а також сприяння участі малих і середніх підприємств) повинні бути включені в стратегії та процеси розробки інфраструктурних проектів, де це можливо. Зв'язки між великими інвесторами та локальним бізнесом довели свою здатність бути надзвичайно ефективним каналом передачі технологій, знань, ноу-хау, управлінських й технічних навичок. Однак це залежить від сприятливості середовища та здатності місцевих компаній засвоїти їх, тому держава має максимально сприяти формуванню такого середовища і здатності внутрішніх виробників абсорбувати іноземні технології. Спрощені умови ведення бізнесу, спеціальні тендерні процедури, цільове професійне навчання, послуги з розвитку

бізнесу та доступ до механізмів вирішення спорів можуть допомогти збільшити участь локального бізнесу у розвитку інфраструктури.

8) Фінансова і фінансова стабільність. Відбудову інфраструктури слід проводити, дотримуючись фінансової прозорості та фінансової цілісності. Вочевидь, найбільший фінансовий тягар повоєнної відбудови української інфраструктури буде покладений на міжнародних донорів. Однак вбачається за доцільне використовувати і національний фінансовий потенціал, зокрема через механізм державно-приватного партнерства.

Втім незалежно від джерела інвестицій в інфраструктуру, фінансова і фінансова прозорість є невід'ємною складовою ефективності відповідних проектів, а інституційна координація потрібна для забезпечення точного збору, аналізу та обміну фінансовою інформацією. При залученні підприємств приватного сектора, інформація про гарантії й інші фінансові стимули повинна перебувати у публічному доступі, щоб зацікавлені сторони могли оцінити перспективи та наслідки (наприклад, недоотримання в бюджет через надання фінансових стимулів для бізнесу), пов'язані з реалізацією того чи іншого інфраструктурного проекту.

9) Транспарентність прийняття рішень. Повоєнна відбудова інфраструктури має підтримуватися прозорим плануванням, обміном інформацією і процесами прийняття рішень, які сприяють дієвим і інклюзивним консультаціям із зацікавленими сторонами та врахуванню думки місцевих громад. Мають бути доступні національні, регіональні і проектні механізми розгляду скарг для вирішення проблем зацікавлених сторін.

Всеосяжні та змістовні консультації із зацікавленими сторонами є важливими для успішного вирішення кожного питання інфраструктурного розвитку. Це сприяє чіткому усвідомленню потреб в послугах та допомагає узгодити інфраструктурний розвиток з наявним попитом (див. принцип 2). Це також важливий інструмент для точної оцінки екологічних, соціальних і економічних витрат і переваг різних інфраструктурних рішень і балансування компромісів між ними. Забезпечення прозорості допомагає зменшити корупційні прояви, тим самим знижуючи вартість розвитку інфраструктури та сприяючи фінансовій стабільності (див. принцип 8). Консультації зі стейкхолдерами також є важливим способом зміцнення довіри та підтримки інфраструктурних

проектів з боку місцевих громад, оскільки вони значно зменшують ймовірність конфліктів.

Мають бути розроблені судові і позасудові механізми реагування на скарги з боку зацікавлених сторін. Ці механізми мають використовувати зрозумілі і прозорі процеси, які забезпечують своєчасний зворотний зв'язок з зацікавленими особами і не повинні перешкоджати доступу до інших судових та/або адміністративних засобів правового захисту, які можуть бути доступні відповідно до закону або через існуючі арбітражні процедури. Про наявність цих механізмів всім зацікавленим сторонам слід повідомити заздалегідь.

10) Встановлення критеріїв та оцінка ефективності реалізації інфраструктурних проектів. Планування та управління інфраструктурою має ґрунтуватися на ключових показниках ефективності (так звані KPI), побудованих на основі агрегованих даних. Для отримання таких даних необхідний регулярний моніторинг ефективності і впливу від реалізації інфраструктурного проекту.

KPI – незамінний інструмент для управління наданням інфраструктурних послуг, визначення співвідношення ціни, якості, екологічної та соціально-економічної стійкості інфраструктури. Моніторинг KPI інфраструктурних систем дозволяє використовувати адаптивні підходи до управління, які реагують на зміну умов протягом життєвого циклу об'єктів інфраструктури, що у свою чергу надає можливість вдосконалювати відповідні послуги. Використання загальноприйнятих KPI дозволяє порівнювати ефективність реалізації проектів розбудови інфраструктури відповідно наявних стандартів, а також вимірювати ступінь досягнення наперед визначених цілей і відповідності стратегічним планам уряду.

Ефективний моніторинг потребує системи управління даними, яке забезпечує безперервність збору, зберігання й обміну інформацією між різними проектами та групами зацікавлених сторін. Тому уряду доцільно вступати в партнерство з приватним сектором, академічними колами та громадськістю, щоб визначати, вимірювати, збирати, аналізувати і синтезувати дані у спосіб, корисний для уповноважених осіб, що приймають рішення у сфері відбудови інфраструктури.

Насамкінець зазначимо, що наведений перелік принципів, беззаперечно, не є вичерпним. Та оскільки повоєнна відбудова інфраструктури в Україні відбуватиметься переважною мірою

за рахунок залучення партнерів із західних країн, забезпечення дотримання цих принципів набуває вирішального значення, адже саме вони покладені в основу інфраструктурного розвитку у відповідних країнах на сучасному етапі.

Висновки

Держава залишається головною рушійною силою інфраструктурного розвитку, з однієї сторони, як найбільший замовник будівництва відповідних об'єктів, а з іншої – як регулятор, який встановлює правила та напрями розвитку інфраструктури країни через інституційні і правові механізми згідно з основними викликами сучасності (масштабна відбудова інфраструктури для перезапуску економіки у повоєнний період, боротьба зі зміною клімату, розвиток громад і територій тощо). Ефективна політика у цій сфері потребує дотримання ряду принципів для системного врахування складових елементів успіху і досягнення соціально, економічно й екологічно бажаних результатів від розвитку інфраструктури. Такими принципами є стратегічне планування, орієнтація послуг інфраструктури на задоволення попиту, урахування позаекономічних факторів при реалізації інфраструктурних проєктів, уникнення негативного впливу на довкілля, використання циркулярної економіки та мінімізація карбонового сліду, забезпечення інклюзивності і сприятливих умов для розвитку громад, забезпечення економічних переваг для регіонів, фінансова і фіскальна стабільність, транспарентність прийняття рішень, встановлення критеріїв та оцінка ефективності реалізації інфраструктурних проєктів.

Список використаних джерел

1. Прямі збитки, нанесені інфраструктурі України в ході війни, складають майже \$63 млрд. Загальні втрати економіки \$543–600 млрд / Київська школа економіки. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zbitki-naneseni-infrastrukturi-ukrayini-v-hodi-viyni-skladayut-mayzhe-63-mlrd/>
2. Анікеєнко В.М. Механізм формування державної політики розвитку інфраструктури аграрного ринку. Держава та регіони. Сер.: Державне управління. 2013. № 3. С. 51–56.
3. Малиш Н.А. Державна політика України у сфері розвитку транспортної інфраструктури. Теорія та практика державного управління. 2013. Вип. 1. С. 180–186.

4. Артеменко І.Л. Державна інвестиційна політика розвитку соціальної інфраструктури. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 23. С. 124–126.

5. Зубко Ю.Г. Концепція формування напрямів державної інфраструктурної політики. Правові новели. 2018. № 6. С. 91–100.

6. Суходоля О.М. Пріоритети формування державної політики захисту критичної енергетичної інфраструктури України. Стратегічні пріоритети. 2015. № 2. С. 120–124.

7. Суходоля О.М. Захист критичної інфраструктури в умовах гібридної війни: проблеми та пріоритети державної політики України. Стратегічні пріоритети. 2016. № 3. С. 62–76.

8. Мельничук О. Актуальні питання публічної політики стійкості критичної інфраструктури: стан та перспективи її впровадження в Україні. Теоретичні та прикладні питання державотворення. 2021. Вип. 26. С. 90–112.

9. Іванов Є.І. Диверсифікація зовнішньої торгівлі та економічне зростання: монографія. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2021. 276 с.

10. Рубан Л.І. Принципи планування «блакитно-зеленої» інфраструктури міста: адаптація до зміни клімату. Transfer of innovative technologies. 2020. Vol. 3, № 1. С. 47–50.

References

1. KSE (2023). Direct damage caused to Ukraine's infrastructure during the war has already reached almost \$63 billion. Global economic losses are about \$543–600 billion. Retrieved from: <https://kse.ua/about-the-school/news/zbitki-naneseni-infrastrukturi-ukrayini-v-hodi-viyni-skladayut-mayzhe-63-mlrd/>
2. Anikeenko V.M. (2013). Mekhanizm formuvannia derzhavnoi polityky rozvytku infrastruktury ahrarynoho rynku [Mechanism of formation of the state policy for the development of agrarian market infrastructure]. State and regions. Ser.: State administration. No. 3. P. 51–56.
3. Malyshev N.A. (2013). Derzhavna polityka Ukrainy u sferi rozvytku transportnoi infrastruktury [State policy of Ukraine in the field of transport infrastructure development]. Theory and practice of public administration. Issue 1. P. 180–186.
4. Artemenko I.L. (2015). Derzhavna investytsiina polityka rozvytku sotsialnoi infrastruktury [State investment policy for the development of social infrastructure]. Investments: practice and experience. No. 23. P. 124–126.
5. Zubko Yu.G. (2018). Kontseptsiia formuvannia napriamiv derzhavnoi infrastrukturnoi polityky [Concept

of formation of directions of state infrastructure policy]. Legal novels. No. 6. P. 91–100.

6. Suhodolia O.M. (2015). Prioritytety formuvannia derzhavnoi polityky zakhystu krytychnoi enerhetychnoi infrastruktury Ukrainy [Priorities of the formation of the state policy for protection of critical energy infrastructure of Ukraine]. Strategic priorities. No. 2. P. 120–124.

7. Suhodolia O.M. (2016). Zakhyst krytychnoi infrastruktury v umovakh hibrydnoi viiny: problemy ta prioritytety derzhavnoi polityky Ukrainy [Protection of critical infrastructure under hybrid warfare: problems and priorities of the state policy of Ukraine]. Strategic priorities. No. 3. P. 62–76.

8. Melnychuk O. (2021). Aktualni pytannia publichnoi polityky stiikosti krytychnoi infrastruktury: stan ta perspektyvy yii vprovadzhennia v Ukraini [Current issues of the public policy of sustainability of critical infrastructure: the state and prospects of its implementation in Ukraine]. Theoretical and applied issues of state formation. Issue 26. P. 90–112.

9. Ivanov Ye.I. (2021). Dyversyfikatsiia zovnishnoi torhivli ta ekonomichne zrostannia [Diversification of for-

eign trade and economic growth: monograph]. Kyiv: «Condor» Publishing House.

10. Ruban L.I. (2020). Pryntsypy planuvannia «blakytno–zelenoi» infrastruktury mista: adaptatsiia do zminy klimatu [Planning principles of the city's «blue–green» infrastructure: adaptation to climate change]. Transfer of innovative technologies. Vol. 3, No. 1. P. 47–50.

Дані про автора

Мельник Віталій Михайлович,

аспірант відділу аналізу і прогнозування міжнародної торгівлі Державного науково–дослідного інституту інформатизації та моделювання економіки
e–mail: vitalii.melnyk@gmail.com

Information about the author

Vitalii Melnyk,

Postgraduate student of International Trade Analysis and Forecasting Department of State Research Institute for Informatization and Economic Modeling
e–mail: vitalii.melnyk@gmail.com

УДК 368

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087754>

ШКУРКО В. І.

Пруденційне регулювання перестрахової діяльності

Актуальність теми. Перестраховання відіграє вирішальну роль у світовій страховій галузі, надаючи страховикам засоби для передачі ризиків іншим сторонам. Однак діяльність з перестраховання також може створювати ризики для страховиків і фінансової системи в цілому, якщо за нею не здійснюється належний нагляд. Пруденційне регулювання перестрахової діяльності – це сукупність норм і правил, призначених для забезпечення надійності та безпеки страхових компаній і захисту інтересів страхувальників. Запровадивши пруденційний нагляд за перестраховою діяльністю, регулятори можуть гарантувати безпечну та надійну роботу перестраховиків та страхової галузі, підтримку фінансової стабільності та захист інтересів страхувальників. Тому враховуючи ситуацію в Україні від початку 2022 року, яка обтяжується важким воєнним станом, дослідження пруденційного нагляду за перестраховою діяльністю є актуальним.

Метою дослідження є аналіз та обґрунтування необхідності запровадження пруденційного нагляду за перестраховою діяльністю.

Методи дослідження: теоретичне узагальнення, групування, аналогія, абстрагування, статистичне спостереження, аналіз, синтез. Інформаційну базу дослідження становлять нормативні акти, вітчизняні та зарубіжні публікації, дослідження з питань державного регулювання сфери перестраховання в умовах воєнного стану.

Результати дослідження. В статті зазначено основні нормативно–правові акти, щодо регулювання перестраховання в Україні, розкрито особливості, принципи та завдання пруденційного нагляду за перестраховою діяльністю та визначено необхідність введення пруденційного регулювання за перестраховою діяльністю в Україні.

Сфера застосування результатів: в галузі економічних наук.

Висновки за статтею: пруденційний нагляд – це регуляторний підхід, який зосереджується на виявленні, моніторингу, управлінні та попередженні настання ризиків у перестраховій галузі. Ме–

тою цього підходу є забезпечення достатності капіталу перестраховиків і своєчасного та ефективного виконання своїх зобов'язання перед страхувальниками. Нагляд за дотриманням пруденційних вимог є важливим інструментом забезпечення стабільності та надійності галузі перестрашування, яка відіграє вирішальну роль у підтримці світової економіки.

Ключові слова: законодавча база, перестрахова діяльність, перестраховик, перестрашування, пруденційний нагляд, страховий ринок.

SHKURKO V. I.

Prudential regulation of reinsurance activity

Relevance of the research topic. Reinsurance plays a critical role in the global insurance industry by providing insurers with a means to transfer risks to other parties. However, reinsurance activities can also create risks for insurers and the broader financial system if not properly supervised. Prudential regulation of reinsurance activity is a set of rules and regulations designed to ensure the safety and soundness of insurance companies and protect the interests of policyholders. By adopting prudential supervision of reinsurance activity, regulators can ensure that insurance sector and reinsurers operate in a safe and sound manner, maintain financial stability, and protect the interests of policyholders. Thus considering the situation in Ukraine from the beginning of 2022, which is burdened by a difficult state of war, the study of prudential supervision of reinsurance activity is relevant.

The aim of the research is to analyze and justify the need of introduction the prudential supervision of reinsurance activities.

Research methods: theoretical generalization, grouping, analogy, abstraction, statistical observation, analysis, synthesis. Information base in the study consists of normative legal acts, domestic and foreign publications, research on the content state regulation of the field of reinsurance under martial law.

Research results: The article specifies the main legal acts related to the regulation of reinsurance in Ukraine, reveals the features, principles and tasks of prudential supervision of reinsurance activities and determines the need to introduce prudential regulation of reinsurance activities in Ukraine.

Field of application of results: in the field of economic sciences.

Conclusions of the article: prudential supervision is a regulatory approach that focuses on identifying, monitoring, managing and preventing risks in the reinsurance industry. The objective of this approach is to ensure that reinsurers have sufficient capital and are able to fulfill their obligations to policyholders in a timely and efficient manner. Prudential oversight is an important tool for ensuring the stability and soundness of the reinsurance industry, which plays a critical role in supporting the global economy.

Keywords: legislative framework, reinsurance activity, reinsurer, reinsurance, prudential supervision, insurance market.

Постановка проблеми. Пруденційне регулювання перестрахової діяльності має на меті знайти баланс між сприянням здоровому та конкурентоспроможному ринку перестрашування та забезпеченням належного захисту страхових компаній від ризиків, пов'язаних з перестрашуванням. Це вимагає тонкого розуміння ринку перестрашування, а також здатності ідентифікувати та оцінювати нові ризики та вразливі місця. В умовах дії воєнного стану гостро постає проблема в правильних та виважених діях регулятора, в особливості для попередження та запобігання настанню кризових явищ на ринку страхування та перестрашування. Саме тому існує необхідність детального вивчен-

ня особливостей механізму пруденційного регулювання перестрахової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження окремих аспектів державного регулювання перестрахової діяльності зробили такі вчені, як П. Вербицька, І. Войцеховська, О. Жабинець, О. Жадан, Ю. Журавльов, Л. Клоченко, О. Кнейслер, С. Кучерівська, П. Мюллер, Н. Пацурія, Н. Ткаченко, В. Фурман.

Метою статті є дослідження особливостей, принципів та завдань пруденційного нагляду перестрахової діяльності та визначення потреб і перспектив введення пруденційного регулювання за перестраховою діяльністю в Україні.

Виклад основного матеріалу. З початку отримання незалежності Україна прагне вийти на міжнародну арену та стати конкурентоспроможною серед провідних країн світу. Україна, як молада та незалежна держава, має на меті не просто існувати, а постійно розвиватися в кожній сфері економічного, політичного та соціального життя людини. Для ефективного економічного розвитку важливе значення мають економічне зростання, тобто те, як використовуються продуктивні сили суспільства та безпосередня еволюція економічної системи. Беззаперечно напрям розвитку економіки та країни в цілому задають органи державної влади. Зважаючи на інтеграційні процеси та прагнення входу до світової фінансової системи, Україні потрібно відповідати високим стандартам та вимогам, та привести у відповідність міжнародним принципам державне регулювання. Не є винятком і державне регулювання страхового та перестрахового ринків.

Перестраховання є критично важливим інструментом, який використовують страхові компанії для управління своїми ризиками. Однак використання перестраховання також може створити додаткові ризики, такі як ризик контрагента, ризик концентрації та системний ризик. Ці ризики потенційно можуть призвести до банкрутства перестрахової компанії, що може мати значні наслідки для страхувальників, інвесторів і фінансової системи в цілому. Пруденційне регулювання перестрахової діяльності є необхідним, особливо для забезпечення ефективного управління перестраховими та страховими компаніями ризиків, пов'язаних з їхньою перестраховою діяльністю. Це передбачає встановлення стандартів і вказівок щодо обсягу та якості перестрахового покриття, яке повинні мати страхові компанії, а також встановлення регуляторного нагляду та механізмів примусу для забезпечення дотримання цих стандартів.

Нормативно-правова база для нагляду за ринком перестраховання повинна встановлювати стандарти та керівні принципи для перестраховання діяльності, включаючи вимоги до капіталу, практику управління ризиками та розкриття інформації. Більшість країн ЄС в страховому і в тому числі перестраховому нагляді широко використовують пруденційне регулювання, яке передбачає настання несприятливих подій. Відповідно до Директиви Європейського Парламенту та Ради и № 2009/138/EC (Solvency II) від 25

листопада 2009 щодо регулювання страхової та перестрахової діяльності зазначено, що пруденційний нагляд є «попереднім, раннім, запобіжним» наглядом за фінансовою звітністю для попередження виникнення можливих проблем [1].

Влучно розкрито поняття «пруденційного регулювання» українським вченим О. В. Ковратом: «... пруденційний регулювання – це сукупність функцій державного регулювання ринків фінансових послуг, у процесі виконання яких регулятором здійснюються: контроль відповідності рівня платоспроможності фінансових установ і факторів, що на неї впливають, вимогам законодавства; контроль стійкості ринку фінансових послуг; попереджувальні і запобіжні заходи для запобігання неплатоспроможності фінансових установ і застереження щодо дестабілізаційних процесів і явищ на ринку фінансових послуг, тобто пріоритетним у пруденційному нагляді є оцінка ризиків страхової діяльності, їх попередження через контроль за фінансовою стійкістю та платоспроможністю страховиків» [2, с. 61].

На наш погляд, пруденційне регулювання перестрахової діяльності – це сукупність норм і правил, призначених для забезпечення безпеки та надійності страхових та перестрахових компаній і захисту інтересів страхувальників. В Україні державне регулювання страхової (під ці рамки підлягає і перестраховання) діяльності здійснюється за допомогою ряду нормативно-правових актів, основними з яких є Господарський кодекс України, Цивільний кодекс України, Закони України «Про страхування», «Про акціонерні товариства», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників транспортних засобів» та інші [3]. Проте в цих нормативно-правових актах не зазначено вимог та нормативів пруденційного регулювання перестрахової діяльності, лише в проекті нового ЗУ «Про страхування» [4], який набере чинності після закінчення дії воєнного стану, внесено правки щодо запровадження, відповідно до міжнародних принципів, підвищених пруденційних вимог з питання регулювання страхового та перестрахового ринку.

Таким чином, новий ЗУ «Про страхування» змінює застарілі методи регулювання перестрахової діяльності та вводить методологію пруденційного нагляду, що полягає в наступних особливостях:

Ліцензування та реєстрація: перестрахові компанії повинні отримати ліцензію від регулятора;

Вимоги до капіталу зважені на ризик та вимоги до платоспроможності: перестраховики повинні підтримувати мінімальний рівень капіталу на основі ризиків, які вони приймають, чим більший ризик бере на себе перестраховик, тим вищими будуть вимоги до капіталу;

Процес перевірки з боку нагляду: регулятор постійно відстежуватиме та оцінюватиме фінансовий стан перестраховиків, щоб переконатися, що вони дотримуються пруденційних стандартів. Процес наглядової перевірки включає перевірки на місці, оцінку ризиків та аналіз фінансових звітів;

Системи раннього попередження: використання системи раннього попередження, щоб визначити потенційні ризики для фінансового стану перестраховиків, перш ніж вони стануть критичними. Це дозволяє регулятору вживати оперативних заходів (коригувальних заходів та заходів раннього реагування) для запобігання фінансовим труднощам;

Використання інструментів раннього виникнення ризиків : план фінансування та план відновлення діяльності перестраховика;

Корпоративне управління, системи внутрішнього контролю та управління ризиками перестраховика: регулятор вимагає, щоб перестраховики мали надійні структури корпоративного управління, включаючи раду директорів, для забезпечення ефективного нагляду та управління компанією, наявність чіткої та ефективної системи внутрішнього контролю та управління ризиками перестраховика;

Розкриття інформації та прозорість: регулятор вимагає від перестраховиків надавати споживачу точну інформацію про продукти та поліси, які вони пропонують, вчасно та в повному обсязі розкривати фінансову інформацію перед регулятором та інформацію про власників істотної участі перестраховика;

Захист прав споживачів: регулятор встановлює правила для захисту інтересів страхувальників, наприклад, вимагають від перестраховиків мати процедури розгляду скарг і суперечок.

Загалом ці особливості пруденційного регулювання допомагають забезпечити стабільність і цілісність галузі перестрашування, а також захистити страхувальників та інших зацікавлених сторін від фінансової шкоди та допоможе сформувати потрібні передумови для входження вітчизняного ринку перестрашування в єдиний європейський

страховий простір. Проте варто пам'ятати, що аби введені зміни вимог в регулюванні ринку працювали ефективно, потрібно перш за все врахувати специфічні особливості вітчизняного ринку страхування та перестрашування.

Ефективна організація системи попередження настання ризиків лежить в основі пруденційного регулювання та має бути побудована спираючись на такі принципи :

- ієрархічність компонент регулювання;
- безперервність;
- попереджувальна спрямованість;
- аргументованість нормативів платоспроможності;
- уніфікація процедур регулювання;
- ефективність;
- незалежність органу, що здійснює пруденційне регулювання [5].

Дотримання вищеперерахованих принципів в поєднанні з урахуванням особливостей функціонування вітчизняного ринку перестрашування дозволить вирішити наступні завдання:

- захист інтересів споживачів фінансових послуг, запобігання банкрутству та забезпечити фінансову стійкість перестраховиків;
- виявлення підвищених ризиків у діяльності перестраховика, контроль його платоспроможності, ліквідності та прибутковості;
- зведення до мінімуму випадки неплатоспроможності та настання системних криз;
- прогнозування майбутніх фінансових результатів на основі звітів за поточний період.

Таким чином, реалізація ефективного пруденційного регулювання перестрахової діяльності відбудеться за умов дотримання кількісних і якісних вимог до капіталу, платоспроможності, активів та інших показників, розрахованих на основі фінансової та регуляторної звітності; застосування тестів раннього виявлення та попередження проблемних компаній та ризику настання неплатоспроможності. Показниками ефективної системи пруденційного нагляду є : підвищення капіталізації та фінансової стійкості вітчизняних перестраховиків, покращення структури та якості активів, досягнення збалансованості страхових портфелів перестраховиків.

Висновки

Пруденційний нагляд за перестраховою діяльністю необхідний для забезпечення дотри-

мання перестраховими компаніями пруденційних стандартів і підтримки їхньої фінансової стабільності, надійності та платоспроможності. Головною метою пруденційного нагляду є забезпечення надійності та сталого розвитку перестрахової галузі та захист інтересів страховальників. З огляду на євроінтеграційні процеси, введення пруденційного регулювання в систему нагляду за перестраховою діяльністю є необхідним для подальшого вступу до світового ринку страхування та перестраховування.

Список використаних джерел

1. Barth M. Risk-Based Insurance Solvency Regulation in the U.S. [Electronic resource] / Presented at World Bank Contractual Savings Conference Supervisory and Regulatory Issues in Private Pensions and Life Insurance. – Access mode : http://info.worldbank.org/etools/docs/library/157491/contractual2003/pdf/day1/ses3_barth.pdf.

2. Корват О. В. Концептуальні засади пруденційного нагляду за страховою діяльністю / О. В. Корват // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – Вип. 253. Т. 3. – С. 793–806.

3. Нечипоренко А.В. Державне регулювання страхової діяльності в Україні: теоретичний аспект. Ефективна економіка. 2021. № 7.

4. Постанова Верховної Ради України «Про внесення змін до закону «Про страхування» від 26.03.2021 року, №5315. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=71544&pf35401=545283>

5. Коваленко Д.П. «Теоретичний вимір пруденційного регулювання страхового ринку» // Вісник Хмельницького національного університету. 2019. №4. Том2. С.185–189.

6. Seliverstova L.S. Trends in the development of the ukrainian insurance market. Товари і ринки. 2018. №1. С. 135–144.

7. Селіверстрова Л. С., Ткаченко Н. В. Trends in the development of the Ukrainian insurance market. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 3. С. 10–14.

References

1. Barth M. Risk-Based Insurance Solvency Regulation in the U.S. [Electronic resource] / Presented at World Bank Contractual Savings Conference Supervisory and Regulatory Issues in Private Pensions and Life Insurance. – Access mode : http://info.worldbank.org/etools/docs/library/157491/contractual2003/pdf/day1/ses3_barth.pdf.

2. Korvat O. V. Kontseptualni zasady prudentsiinoho nahliadu za strakhovoiu diialnistiu / O. V. Korvat // Ekonomika: problemy teorii ta praktyky : zb. nauk. pr. – Dnipropetrovsk : DNU, 2009. – Vyp. 253. T. 3. – S. 793–806.

3. Nechyporenko, A.V. (2021), «State regulation of insurance activity in Ukraine: theoretical aspect», Efektyvna ekonomika, [Online], vol.7, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9079> (Accessed 28 April 2023).

4. The Verkhovna Rada of Ukraine(2021), The Law of Ukraine «On insurance», available at : <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=71544&pf35401=545283> (Accessed 28 April 2023).

5. Kovalenko D.P. «Teoretychnyi vymir prudentsiinoho rehuliuвання strakhovoho rynku» // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2019. №4. Tom2. S.185–189.

6. Seliverstova L.S. Trends in the development of the ukrainian insurance market. Tovary i rynky. 2018. №1. S. 135–144.

7. Seliverstrova L. S., Tkachenko N. V. Trends in the development of the Ukrainian insurance market. Investytsii: praktyka ta dosvid. 2020. № 3. S. 10–14.

Дані про автора

Шкурко Вікторія Ігорівна,

аспірант кафедри фінансів, Державний торговельно-економічний університет

e-mail: V.Shkurko@knute.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2684-2025>

Data about author

Victoria Shkurko,

postgraduate student of the Department of Finance State University of Trade and Economics

e-mail: V.Shkurko@knute.edu.ua

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

УДК 330.341.1:338.242

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087762>

ДЯТЛОВА В. В.
СОЛІДОР Н. А.
ЕРОХІНА Д. О.

Інноваційний розвиток промисловості: управлінські орієнтири для металургійної галузі в повоєнний період

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні положення щодо інноваційного розвитку металургійної галузі, науково-практичні рекомендації з управлінських орієнтирів.

Метою дослідження є науково-прикладне обґрунтування орієнтирів інноваційного розвитку металургійної галузі в повоєнній промисловості.

Методи дослідження. В процесі написання статті було використано наступні методи: абстрактно-логічний, систематизації, порівняння, узагальнення.

Результати роботи. В результаті проведеного дослідження узагальнено тенденції розвитку металургійної галузі в довоєнний і воєнний періоди. Визначено чинники та передумови таких тенденцій, сутність яких полягає в скороченні обсягів продукції металургії, зокрема сталі, в невідповідності застосовуваних способів її виробництва і якісних характеристик світовим, через що продукція реалізується з низькою доданою вартістю. Нових металургійних виробництв не будувалося. Переважно екстенсивний шлях розвитку галузі з локальною модернізацією виробничих потужностей не виправдався. Встановлено, що стандарти на продукцію чорної металургії здебільшого є застарілими і не враховують сучасних світових вимог до її якості. У воєнний період втрачено значні активи, що обумовило скорочення частки України у світових обсягах виробництва чорних металів у 2022 році, порівняно з довоєнним 2013 роком, у сім разів. Обґрунтовано необхідність інноваційного розвитку металургійної галузі в повоєнний період.

Галузь застосування результатів. Управління промисловістю, металургійна галузь, інноваційна сфера.

Висновки. Встановлена невідповідність тенденцій розвитку вітчизняної чорної металургії світовим актуалізує нагальну потребу в розробці моделі інноваційного розвитку галузі для запровадження в повоєнний період. Запропоновані її складові, що забезпечать інноваційність галузі і продукції.

Ключові слова: промисловість, металургія, управління, інноваційний розвиток, орієнтири.

Innovative development of industry: management orientations for the metallurgical industry in the postwar period

The subject of the study is theoretical and applied provisions regarding the innovative development of the metallurgical industry, scientific and practical recommendations for management orientations.

The purpose of the study is the scientific and applied substantiation of the guidelines for the innovative development of the metallurgical industry in the post-war industry.

Research methods. In the process of writing the article, the following methods were used: abstract-logical, systematization, comparison, generalization.

Results of work. As a result of the conducted research, the development trends of the metallurgical industry in the pre-war and post-war periods are summarized. The factors and preconditions of such trends are determined, the essence of which is the reduction of the metallurgy products volume, in particular steel, in the inconsistency of the applied methods of its production and quality characteristics with the world ones, due to which the products are sold with a low added value. No new metallurgical plants were built. Predominantly extensive way of the industry development with local modernization of production facilities was not justified. It was established that the standards for ferrous metallurgy products are mostly outdated and do not take into account modern global requirements for its quality. Significant assets were lost during the war period, which led to a seven-fold decrease in Ukraine's share in the world production of ferrous metals in 2022 compared to the pre-war 2013. The need for innovative development of the metallurgical industry in the post-war period is substantiated.

Scope of the results application. Industrial management, metallurgical industry, innovation sphere.

Conclusions. The established discrepancy of the domestic ferrous metallurgy development trends and the world actualizes the urgent need to develop a model of innovative development of the industry for implementation in the post-war period. Its components that will ensure the innovation of the industry and products are proposed.

Key words: industry, metallurgy, management, innovative development, landmarks.

Постановка проблеми. Базисом економіки більшості розвинених країн, як свідчить досвід, є базові галузі промисловості, включаючи чорну металургію, продукція якої залишається головним конструкційним матеріалом у світі. Однак потреба в металопродукції масового виробництва скорочується, зокрема розвинені країни орієнтуються на металозбереження і екологічні показники виробництва [1].

В Україні обсяги виробництва чорної металургії скоротилися через збройний конфлікт: за оцінкою, втрата обсягів тільки сталі в 2022 році становить 80%, порівняно з 2013 роком [2]. У повоєнний період економіка України відчуватиме потребу в металопродукції, а тому необхідно буде відродити галузь металургії з урахуванням світових трендів та орієнтирів на модернізацію металургійних підприємств як умову інноваційного їх розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зважаючи на значимість чорної металургії для розвитку економіки України, багатобічні проблеми цієї галузі висвітлюються як науковцями, так і фахівцями різних рівнів управління. Серед вітчизняних науковців, які активно досліджують проблеми розвитку чорної металургії, промислової політики щодо цієї галузі, варто відзначити праці А. Амоші, В. Большакова, О. Борисенко, О. Гавриша, Л. Гейця, Л. Горошкової, О. Галушки, А. Глущенко, Ю. Залозної, Ю. Макогона, Д. Козенкова, С. Кулицького, В. Нікофорової, Н. Шевчука та ін. Над проблемами в техніко-технологічній і економічній сферах активно працюють науковці профільних вишів і дослідних інститутів, зокрема Національної металургійної академії України, Інституту економіки промисловості НАН України, Інституту економіки та прогнозування НАН України й ін.

Управлінцями, з часів самостійності України, прийнято ряд державних документів, направлених на розвиток чорної металургії, таких як Концепція розвитку гірничо–металургійного комплексу України до 2010 року (1995 р.), Державна програма розвитку та реформування гірничо–металургійного комплексу на період до 2011 року (2004 р.), Галузева програма енергоефективності та енергозбереження на період до 2017 року (2009 р.), але не всі показники з оновлення виробничих потужностей були досягнуті. Тому й досі є факти з використання застарілих ресурсів та енерговитратних технологій, зорієнтованих на випуск ординарного металопрокату рядових марок сталі. Наразі держава втратила активний вплив на розвиток металургії: відсутні відповідні програми та плани розвитку, реорганізовано Міністерство промислової політики, яке тримало у фокусі стратегічні орієнтири галузі.

Метою дослідження є науково–прикладне обґрунтування орієнтирів інноваційного розвитку металургійної галузі в повоєнній промисловості.

Результати дослідження. Інноваційну перебудову галузі металургії в країнах заходу здійснено в останній чверті ХХ століття, коли, з однієї сторони, виводилися з експлуатації застарілі виробничі потужності, а з іншої – будувалися нові міні–заводи (потужність 200–500 тис. т за рік) для вироблення кінцевої продукції з високою доданою вартістю. З того часу в світі працює близько 390

таких заводів. В Україні таких міні–заводів не було збудовано, по одному їх було в Білорусії і Молдавії. Їх економічні переваги безперечні і на стадії будівництва (капітальні затрати, порівняно з металургійним комбінатом повного циклу, є меншими в 4–15 разів, залежно від продуктивності), і експлуатації (на 1 т продукції потрібно менше виробничих площ у 2,5 рази, устаткування – в 3 рази, електроенергії – в 1,5 рази) [3].

Змінилася й технологія виробництва сталі – з мартенівського на киснево–конвертерний спосіб і виплавку електросталей. Модернізація виробництва та нові технології запроваджено в усіх країнах–лідерах з виробництва сталі (табл. 1). Найпоширенішим став киснево–конвертерний спосіб, частка якого у світі – 70%. Такий спосіб виробництва сталі переважає в Німеччині, Китаї, Південній Кореї, а також в Україні та Росії. Електроплавильне виробництво сталі, частка якого у світі близько третини, є переважним способом у США, Італії, Туреччині, Індії. Від мартенівського способу, частка якого у світі менше 0,5%, відмовилися всі країни–лідери виробництва сталі, крім України. Навіть в Росії цей спосіб використовується мінімально.

Значно зросло в світі використання в металургійній галузі безперервного розливу сталі. Ця технологія дозволяє: випускати готову продукцію більш високої якості (кращі фізичні, хімічні та геометричні характеристики, поверхня, структура сталі); збільшити на 15–20% вихід придатної

Таблиця 1. Структура виробництва сталі за модернізованими технологіями по країнах–лідерах* у % від загального обсягу виробництва

Країна	Спосіб виробництва сталі									Частка безперервного розливу сталі		
	Киснево–конверторний			Електростале–плавильний			Мартенівський					
	2008 р.	2013 р.	2018 р.	2008 р.	2013 р.	2018 р.	2008 р.	2013 р.	2018 р.	2008 р.	2013 р.	2018 р.
Україна	54,2	74,1	69,7	4,2	6,0	7,5	41,1	19,9	22,8	39,1	52,0	54,0
Німеччина	68,1	68,4	70,1	31,9	31,6	29,9	–	–	–	95,9	96,9	97,1
Італія	35,7	28,2	18,4	64,3	71,8	81,6	–	–	–	95,3	95,0	94,5
Китай	87,4	93,0	88,4	12,4	5,9	11,6	–	–	–	98,2	98,3	98,5
Індія	38,3	42,8	46,7	60,9	57,1	53,3	0,7	0,2	–	71,4	81,5	86,4
Південна Корея	56,4	61,0	66,6	43,6	39,0	33,4	–	–	–	97,9	98,5	98,6
США	42,6	39,4	32,0	57,4	60,6	68,0	–	–	–	96,4	98,8	98,2
Росія	56,8	66,8	66,9	29,2	29,0	30,8	17,0	4,0	2,4	71,2	81,2	82,0
Туреччина	26,2	28,7	30,9	73,8	71,3	69,1	–	–	–	100	100	100
Світ загалом	65,9	73,3	70,8	32,0	25,4	28,8	2,1	0,6	0,4	93,4	95,7	96,4

* Укладено за даними GMK Center. URL: <https://gmk.center/>

ІННОВАЦІЙНО–ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

продукції; зменшити витрати газу, електроенергії, витратних матеріалів, зокрема вогнетривів. Разом це приводить до зменшення собівартості напівфабрикатів і готового металопрокату. Наразі в Україні частка виробництва сталі з використанням безперервного розливу становить трохи більше половини, тоді як у США, Німеччині, Італії, Китаї, Південній Кореї – більше 90%, а в Туреччині – 100% (табл. 1). Науково–прикладне напрацювання такої технології розпочато ще в 50–ті роки ХХ століття, а в подальшому відбувалося її вдосконалення щодо устаткування. В Україні машини безперервного розливання сталі використовуються з 70–х років, однак українські аналоги були прив'язані до виробництва мартенівським способом.

Слід зазначити, що в Україні з набуттям незалежності нових металургійних підприємств не будували (єдиний виняток – завод «Інтерпайп Сталь», м. Дніпро). Модернізація здійснювалася локально, переважно щодо заміни технічно застарілого обладнання для зменшення сировинної й енергетичної складових в собівартості металопродукції. Наразі на більшості підприємств його зношення оцінюється в 50–65%.

Майже не вдосконалювалися прокатне виробництво, випуск складніших і якісніших видів прокату, розвиток четвертого переділу. Тому й металопродукція реалізується як така, що має низьку додану вартість [1].

На застарілість технологій і вимог щодо продукції чорної металургії вказує й перелік чинних дер–

Таблиця 2. Перелік стандартів у чорній металургії

№ з/п	Позначення	Назва документу	Стан на 01.03.23 р.
1	ДСТУ 2538–94	Металопродукція. Експертне дослідження арбітражних проб. Загальні вимоги	Чинний
2	ДСТУ 2541–94	Ливарне виробництво. Терміни та визначення	Чинний
3	ДСТУ 2551–94	Отримання високоміцного чавуну із кулястим графітом. Загальні вимоги та норми	Чинний
4	ДСТУ 2554–94	Прокатне виробництво. Капітальні і поточні ремонти. Загальні вимоги безпеки	Чинний
5	ДСТУ 2657–94	Машини та обладнання для механізації робіт у доменному виробництві. Загальні вимоги безпеки	Чинний
6	ДСТУ 2688–94	Доменне та сталеплавильне виробництво. Капітальні і поточні ремонти. Загальні вимоги безпеки	Чинний
7	ДСТУ 2740–94	Виробництво виливків у металевих формах і методом безперервного лиття. Вимоги безпеки	Чинний
8	ДСТУ 2852–94	Виробництво металевих труб способом волочіння. Вимоги безпеки	Чинний
9	ДСТУ 3022–95	Лиття в оболонкові ливарні форми. Загальні вимоги та норми	Чинний
10	ДСТУ 9129: 2021	Металопродукція. Приймання, маркування, пакування, транспортування та зберігання	Чинний (Замість ДСТУ 3058–95)
11	ДСТУ 3361–96	Брикети модифікувальні. Загальні технічні умови	Чинний
12	ДСТУ 3362–96	Модифікатори для виливків з чавуну. Загальні технічні умови	Чинний
13	ДСТУ 3674–97	Метали чорні вторинні. Терміни та визначення	Чинний
14	ДСТУ 3703–98	Регенерація розчинів хімічного міднення. Здобування міді. Технічні вимоги та порядок проведення робіт	Чинний
15	ДСТУ 3981–2000	Вапно крейдяне для сталеплавильного виробництва. Технічні умови	Чинний
16	ДСТУ 4480: 2005	Бляха біла у листах лакована. Технічні умови	Чинний
17	ДСТУ 4481: 2005	Бляха біла та алюміній у листах літографовані. Технічні умови	Чинний
18	ДСТУ 9130: 2021	Прокат гарячекатаний з арматурної сталі для залізобетонних конструкцій. Технічні умови	Чинний

* Укладено за даними Науково–дослідницького центру «Леонорм». URL: <http://www.leonorm.lviv.ua/p/DG/CND2018.HTM>

жавних стандартів (табл. 2), більшість яких затверджені в 90–ті роки, а змістовно є перекладом радянських. Тільки 3 державні стандарти діють з 2000–2005 років, та 2 оновлені і запроваджені з 2021 року. Між тим, лідерство країн в певній галузі визначається рівнем оновлення стандартів, їх гармонізацією з міжнародними та європейськими [4], введенням розроблених нових технологій і режимів виробництва в стандарти через вимоги до якості (твердість, міцність, стійкість до корозії, довговічність, термостійкість і інші), над якими постійно працюють науковці [5, 6].

Наведені дані з офіційних джерел свідчать, що нормативно–технічна база щодо продукції чорної металургії системно не оновлювалася. Застарілими є й положення чинних Державних санітарних правил – ДСП 3.3.1.038–99, затверджених Міністерством охорони здоров'я України для підприємств чорної металургії. Міжнародною організацією праці в 2001 році прийняті, а в 2009 році переглянуті «Керівні принципи з систем управління безпекою та гігієною праці». Крім того, серед технічних регламентів, прийнятих в рамках зобов'язань відповідно до Угоди про асоціацію України з ЄС, є такі, що стосуються безпеки обладнання та маркування, а тому мають відношення до такого, що використовується в сфері чорної металургії.

У довоєнний період економічне зростання відбувалось здебільшого екстенсивним шляхом, можливі ресурси були задіяні, а світова кон'юнктура не сприяла розвитку чорної металургії. Статистика свідчить, що найбільші обсяги виробництва та експорту продукції металургійної галузі України були в 2007 році. Вже в 2015 році, після вторгнення Російської Федерації в Україну, в 2 рази менше виплавлено сталі, частка металургійної промисловості у ВВП скоротилася в 2,5 рази, в 1,5 рази – частка чорних металів у загальному обсязі промислової продукції. Це не сприяло реалізації експортного потенціалу чорної металургії (з 2007 по 2015 роки обсяги експорту скоротилися в 2,2 рази, частка продукції в експорті зменшилася з 40% до 25%) [3].

Ситуація надалі стала ще більш критичною через втрату активів «Метінвестом» на непідконтрольній території, пандемію коронавірусу, активізацією воєнних дій на сході. Через це частка України в світовому виробництві чорних металів у 2022 році становила 0,3%, порівняно з 2,0% у 2013 році [2]. Україна тепер не входить у ТОП–15 світових виробників сталі і спустилася з 14 на 25 місце. Суттєво погіршилися показники експорту (табл. 3).

Отже, у повоєнний період чорна металургія вступить з більшістю відзначених проблем. Наразі науковцям і фахівцям–практикам необхідно дійти спільної думки щодо моделі інноваційного розвитку галузі та інвестиційне забезпечення її реалізації, загальні підходи щодо цього напрацьовані [7, 8]. Підкреслимо основні складові, які необхідно врахувати при розробленні такої моделі. Безперечно, інноваційний розвиток металургійної галузі залежить від рівня інноваційності матеріально–технічної складової та інноваційності продукції, що виробляється. Тому по–перше, необхідно передбачити розроблення та запровадження інноваційних ефективних наукоємних, ресурсозберігаючих та екологічно чистих технологій світового рівня та відповідного оновлення основних засобів. Як приклад, може бути використана стратегія Японії, яка випереджає інші країни за технологічним рівнем: по–перше, використання зарубіжних науково–технічних інновацій, що скорочує витрати на їх розроблення і враховує досвід країн–лідерів; по–друге, формування потужного сектору науково–дослідних та дослідно–конструкторських робіт при великих металургійних корпораціях і при профільних університетах. Підвищення рівня інноваційності продукції забезпечить зростання експорту [9], збільшить надходження в державний бюджет. По–друге, необхідно переглянути стандарти щодо продукції чорної металургії та систем управління. Вимоги до продукції довгий період формувалися на рівні держави через систему стандартизації, яка наразі є складовою технічного регулювання [10]. Імплементация Директив ЄС

Таблиця 3. Показники експорту металопродукції

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.
Частка металопродукції у сукупному експорті, %	11	12	12	7
Частка металопродукції у сукупних експортних доходах, %	19	17	22	12

* Укладено за даними GMK Center. URL: <https://gmk.center/>

як національних технічних регламентів і перегляд вітчизняних стандартів забезпечить реалізацію євроінтеграційних прагнень України, економічну безпеку та конкурентоспроможність галузі. По–третє, потрібно передбачити орієнтацію металургійної галузі на потреби внутрішнього ринку, що зменшить залежність її відновлення та подальшого розвитку через несприятливу світову кон'юнктуру, цінове навантаження від імпорту, зокрема європейських енергоносіїв, що з 2023 року є достатньо відчутним. По–четверте, є потреба у відновленні підтримки металургійної галузі на державному рівні через державні програми і плани. У довоєнний період металургія в державних програмах визначалася як пріоритетна галузь економіки, а тому її інноваційному розвитку на державному рівні надавалася відповідна увага [1]. Наразі перелік галузей, яким надаватиметься підтримка від держави, визначений Міністерством економіки України від 01.04.2022 р. В означеному переліку на металургійну галузь не вказано, а з виробничих галузей зроблено посилання на ті, що працюють над мобілізаційними замовленнями, а також сільське господарство, виробництво продуктів харчування, роздрібну торгівлю, комунальні та енергетичні послуги. Тому виникла необґрунтована думка, що металургійна галузь не є в пріоритеті, але саме сталь, як відомо, є основним конструкційним матеріалом у оборонній промисловості. Отже, підготовка проекту державної програми інноваційного розвитку галузі на тепер є нагальною потребою.

Висновки

Обґрунтовано, що металургія серед інших промислових галузей є основою економіки. Встановлено основні тенденції щодо чорної металургії – значне скорочення обсягів виробництва, зокрема сталі, у воєнний період (у 2022 році в сім разів, порівняно з довоєнним 2013 роком). Визначено чинники та передумови таких тенденцій. Крім воєнних дій на території України, через що галузь втратила значні активи, розвиток галузі у довоєнний період не відповідав світовим тенденціям щодо застосовуваних способів виробництва продукції та її якісних характеристик, що обумовлює низьку додану вартість. Нових металургійних виробництв не будувалося, і переважно екстенсивний шлях розвитку галузі з локальною модернізацією виробничих потужностей не виправдався.

Доведено, що стандарти на продукцію чорної металургії здебільшого є застарілими і не враховують сучасних світових вимог до її якості.

Такі тенденції актуалізують нагальну потребу в об'єднанні зусиль науковців і висококваліфікованих практиків щодо розроблення моделі інноваційного розвитку галузі для запровадження в повоєнний період. Запропоновані її складові: запровадження передових техніко–технологічних інновацій, як вітчизняних, яких напрацьовано достатньо, так і зарубіжних; перегляд стандартів і приведення їх вимог до якості відповідно світовим; насичення внутрішнього ринку вітчизняною продукцією; відновлення підтримки металургійної галузі на державному рівні через державні програми і плани. Це в комплексі забезпечить інноваційність галузі і продукції, повернення та закріплення лідерської позиції України на світовому ринку сталі.

Список використаних джерел

1. Єрохіна Д., Чурілович А., Дятлова В. Розвиток металургійної галузі: зовнішньоекономічний та інноваційний аспекти. Актуальні проблеми зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності в умовах інтеграційних та глобалізаційних процесів: Матеріали Міжнародної науково–практичної інтернет–конф. науковців і студентів (25 жовтня 2018 р., Маріуполь). Маріуполь: ДонДУУ, 2018. С. 99–103.
2. Агапова В. Що лишилось від української металургії. Економічна правда. 2023. 29 березня. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/03/29/698540>.
3. Венгер В., Хаустов В. Металургія. Майбутнє галузі – ківш проблем? Голос України. 2019. 29 березня. URL: <http://www.golos.com.ua/article/315388>.
4. Дятлова В. В. Лідерство країн у світовій і регіональній торгівлі на засадах активної участі у розвитку стандартизації. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2013. № 2 (71). С. 50–54.
5. Ivanov V., Lavrova E., Il'yaschenko D., Morgay F., Solidor N. Investigation of the Operational Durability of High Pressure Metal Hoses Made of Austenitic Steels. Solid State Phenomena. 2022. Vol. 328. Pp. 1–8.
6. Клименчукова Н. С., Гнатенко І. А., Остряніна С. В., Соколовський Є. К. Моделювання впливу виробничих та реалізаційних модусів на систему управління підприємством в умовах інноваційної економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2022. № 11 (258). С. 77–84.
7. Diatlova V., Diatlova Yu., Petryk I., Hutareva Yu., Zubro T., Tyshchenko O. Innovative development: model

and evaluation method in the context of integration processes. Management theory and studies for rural business and infrastructure development. 2021. Vol. 43, no. 1. P. 161–171.

8. Zabashtansky M., Zakharin S., Rogovy A. Financing investment and innovation activities of industrial enterprises in the context of the national economy transition to the sustainable development model. University Economic Bulletin. 2022. № 45 (27). P. 184–195.

9. Дятлова В. В. Інноваційне підґрунтя розвитку зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах. Мenedжер: Вісник Донецького державного університету управління. Серія «Економіка». 2017. № 4 (77). С. 9–17.

10. Дятлова В. В. Забезпечення економічної безпеки і конкурентоспроможності економіки механізмами технічного регулювання. Актуальні проблеми економіки. 2011. Вип. 3 (117). С. 56–62.

References

1. Diatlova V., Yerokhina D., Churilovych A. (2018). Rozvytok metalurhiinoi haluzi: zovnishnoekonomichni ta innovatsiinyi aspekty [Development of the metallurgical industry: foreign economic and innovative aspects]. Aktualni problemy zovnishnoekonomichnoi ta innovatsiinoi diialnosti v umovakh intehtatsiinykh ta hlobalizatsiinykh protsesiv: Materialy Mizhnarodnoi naukovo–praktynoi internet–konf. naukovtsiv i studentiv (25 zhovtnia 2018 r., Mariupol) – Actual problems of foreign economic and innovative activity in the conditions of integration and globalization processes: Materials of the International Scientific and Practical Internet Conference. scientists and students (October 25, 2018, Mariupol). Mariupol: DonDUU, pp. 99–103. [in Ukrainian]

2. Ahapova V. (2023). Shcho lyshylos vid ukrain-skoi metalurhii [What is left of Ukrainian metallurgy]. Ekonomichna pravda – Economic truth, 29.03. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/03/29/698540>. [in Ukrainian]

3. Venher V., Khaustov V. (2019). Metalurhiia. Maibutnie haluzi – kivsh problem? [Metallurgy. The future of the industry – a bucket of problems?]. Holos Ukrainy – Voice of Ukraine, 29.03. URL: <http://www.golos.com.ua/article/315388>. [in Ukrainian]

4. Diatlova V. V. (2013). Liderstvo krain u svitovii i rehionalnii torhivli na zasadakh aktyvnoi uchasti u rozvytku standardyzatsii [Leadership of countries in world and regional trade based on active participation in the development of standardization]. Derzhava ta rehiony. Seriiia «Ekonomika ta pidpriemnytstvo» – State and regions. «Economy and Entrepreneurship» series, no. 2 (71), pp. 50–54.

5. Ivanov V., Lavrova E., Il'iaschenko D., Morgay F., Solidor N. Investigation of the Operational Durability of High Pressure Metal Hoses Made of Austenitic Steels. Solid State Phenomena. 2022. Vol. 328. Pp. 1–8.

6. Klymenchukova N. S., Hnatenko I. A., Ostrianina S. V., Sokolovskyi Ye. K. (2022). Modeliuvannia vplyvu vyrobnychkh ta realizatsiinykh modusiv na systemu upravlinnia pidpriemnytstvom v umovakh innovatsiinoi ekonomiky [Modeling the influence of production and implementation modes on the business management system in the conditions of the innovative economy]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Formation of market relations in Ukraine, no. 11 (258), pp. 77–84. [in Ukrainian]

7. Diatlova V., Diatlova Yu., Petryk I., Hutareva Yu., Zubro T., Tyshchenko O. (2021). Innovative development: model and evaluation method in the context of integration processes. Management theory and studies for rural business and infrastructure development, vol. 43, no. 1, pp. 161–171.

8. Zabashtansky M., Zakharin S., Rogovy A. (2022). Financing investment and innovation activities of industrial enterprises in the context of the national economy transition to the sustainable development model. University Economic Bulletin. № 45 (27). P. 184–195.

9. Diatlova V. V. (2017). Innovatsiine pidgruntia rozvytku zovnishnoekonomichnoi diialnosti v suchasnykh umovakh [Innovative basis for the development of foreign economic activity in modern conditions]. Menedzher: Visnyk Donetskoho derzhavnoho universytetu upravlinnia. Seriiia «Ekonomika» – Manager: Bulletin of the Donetsk State University of Management. «Economy» series, no. 4 (77), pp. 9–17. [in Ukrainian]

10. Diatlova V. V. (2011). Zabezpechennia ekonomichnoi bezpeky i konkurento–sprovmozhnosti ekonomiky mekhanizmamy tekhnichnoho rehuliuвання [Ensuring economic security and competitiveness of the economy by mechanisms of technical regulation]. Aktualni problemy ekonomiky – Actual problems of the economy, issue 3 (117), pp. 56–62. [in Ukrainian]

Дані про авторів

Дятлова Валентина Василівна,

д. е. н., професор, професор кафедри інноватики та управління, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Дніпро, Україна

e-mail: diatlova.dsum@gmail.com

Солідор Наталя Аркадіївна,

к. т. н., доцент, доцент кафедри інноватики та управління, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Дніпро, Україна

e-mail: natalysolidor@gmail.com

Єрохіна Діна Олександрівна,

аспірант, Маріупольський державний університет, м.
Київ, Україна
e-mail: yerokhina@mdu.in.ua

Data about the authors

Valentyna Diatlova,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor
of the Department of Innovation and Management,
Pryazovskyi State Technical University, Dnipro, Ukraine
e-mail: diatlova.dsum@gmail.com

Natalia Solidor,

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Innovation and
Management, Pryazovskyi State Technical University,
Dnipro, Ukraine
e-mail: natalysolidor@gmail.com

Dina Yerokhina,

Post graduate student, Mariupol State University,
Kyiv, Ukraine
e-mail: yerokhina@mdu.in.ua

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

UDC 339

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087772>

PUZYROVA P. V., KHALILIAEVA O. V.,
SPIVAK S. I., POROKHNIYA D. O.

International economic activity in the conditions of economic integration

The subject of the research is theoretical and practical aspects of international economic activity in the conditions of economic integration.

The aim of the research is to define the concepts of «international economic activity» and «economic integration», to study the factors influencing international economic activity and its main goals, as well as the prerequisites for the creation of international economic integration.

Research methods. In the process of writing the article, theoretical, general scientific and special methods of defining the category of concepts international economic activity and economic integration were used.

Results of the investigation. As a result of writing the article, it was established that the formation, development and competitiveness of international economic activity in the conditions of economic integration, their influence on the formation of the global economy and integration processes are determined by the factors and evolution of internationalization, the transformation of productive forces, the impact of changes in the environment of the international sphere and the deepening of relationships between national economies at all levels of international interaction. It is proven that in the modern integration space, the development of international economic activity as a set of international actively competitive business processes carried out by national and international enterprises is due to the desire to strengthen the integration of national economies into the global integration international process. It was determined that international economic activity in modern business conditions is an integral component of the formation and further development of enterprises, the efficiency of which must be constantly improved in order to obtain maximum profit and a synergistic effect from the activation of export operations. In addition, effective integration business processes in foreign markets require flexible use of various methods and approaches to conducting international activities with forecasting fluctuations in the international market situation and analysis of the external environment.

Scope of the results. Economics, International Economics, International Economic Integration, Enterprise Management Strategy.

Conclusions. As a result of the study, it was established that the key aspects of integration

transformations in international economic activity are the support of the European Union and the simplification of rules for entering international markets, increasing the scale of international trade, increasing the production process of a global product, the use of digitization and digitization in all spheres of international economic activity. It was established that among the best countries for starting an international business in 2023, the following were identified: Great Britain, Sweden, Hong Kong, the Netherlands, New Zealand, Canada, Denmark, Singapore, Australia, and Switzerland. Ukraine ranks 77th among the 161 best countries for doing business according to the Forbes rating. It was analyzed and determined that the main motivating motive of international economic activity is the commercialization of the result, and international economic activity itself in the conditions of economic integration ensures the highest level of development of the international economy, which determines the further formation and development of the global economic system.

Keywords: *international economic activity, economic integration, integrated business structures, competitive advantages, business conditions, international trade.*

ПУЗИРЬОВА П. В., СПІВАК С. І.,
ХАЛІЛЯЄВА О. В., ПОРОХНЯ Д. О.

Міжнародна економічна діяльність в умовах економічної інтеграції

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти міжнародної економічної діяльності в умовах економічної інтеграції.

Метою дослідження є: визначення понять «міжнародна економічна діяльність» та «економічна інтеграція», дослідження чинників впливу на міжнародну економічну діяльність та основних її цілей, а також передумов створення міжнародної економічної інтеграції.

Методи дослідження. В процесі написання статті було використано теоретичні, загальнонаукові та спеціальні методи визначення категорії понять міжнародна економічна діяльність та економічна інтеграція.

Результати роботи. В результаті написання статті було встановлено, що становлення, розвиток та конкурентоспроможність міжнародної економічної діяльності в умовах економічної інтеграції, їх вплив на формування глобальної економіки та інтеграційні процеси зумовлюється чинниками та еволюцією інтернаціоналізації, трансформацією продуктивних сил, впливом зміни середовища міжнародної сфери та поглибленням взаємозв'язків між національними економіками на всіх рівнях міжнародної взаємодії. Доведено, що в сучасному інтеграційному просторі розвиток міжнародної економічної діяльності як сукупності міжнародних активно-конкурентоспроможних бізнес-процесів здійснюваних національними та міжнародними підприємствами обумовлений прагненням посилити інтеграцію національних економік у глобальний інтеграційний міжнародний процес. Визначено, що міжнародна економічна діяльність в сучасних умовах ведення бізнесу є невід'ємною складовою становлення та подальшого розвитку підприємств, ефективність якої постійно потрібно вдосконалювати для отримання максимального прибутку та синергійного ефекту від активізації експортних операцій. Крім того, ефективні інтеграційні бізнес-процеси на зовнішніх ринках вимагають гнучкого використання різних методів та підходів до ведення міжнародної діяльності із прогнозуванням коливань міжнародної кон'юнктури ринку та аналізу зовнішнього середовища.

Галузь застосування результатів. Економіка, міжнародна економіка, міжнародна економічна інтеграція, стратегія управління підприємствам.

Висновки. В результаті дослідження було встановлено, що ключовими аспектами інтеграційних перетворень в міжнародній економічній діяльності є підтримка Європейським Союзом та спрощення правил входу на міжнародні ринки, нарощування масштабів міжнародної торгівлі, збільшення процесу виробництва глобального продукту, використання діджиталізації та цифровізації в усіх сферах міжнародної економічної діяльності. Встановлено, що серед найкращих країн для запуску міжнародного бізнесу у 2023 р. визначено: Великобританію, Швецію, Гонконг, Нідерланди, Нову Зеландію, Канаду, Данію, Сінгапур, Австралію, Швейцарію. Україна займає 77-е

місце серед 161 кращих країн для ведення бізнесу за рейтингом *Forbes*. Проаналізовано та визначено, що головним стимулюючим мотивом міжнародної економічної діяльності є комерціалізація кінцевого результату, а сама міжнародна економічна діяльність в умовах економічної інтеграції забезпечує найвищий рівень розвитку міжнародної економіки, що зумовлює подальше становлення та розвиток глобальної економічної системи.

Ключові слова: міжнародна економічна діяльність, економічна інтеграція, інтегровані структури бізнесу, конкурентні переваги, умови ведення бізнесу, міжнародна торгівля.

Formulation of the problem. The formation, development and competitiveness of international economic activity in the conditions of economic integration, their impact on the formation of the global economy and integration processes is determined by the factors and evolution of internationalization, the transformation of productive forces, the impact of changes in the environment of the international sphere and the deepening of relationships between national economies at all levels of international interaction. In the modern integration space, the development of international economic activity as a set of international actively competitive business processes carried out by national and international enterprises is due to the desire to strengthen the integration of national economies into the global integration international process [1; 3; 5].

International economic activity in modern business conditions is an integral component of the formation and further development of enterprises, the efficiency of which must be constantly improved in order to obtain maximum profit and a synergistic effect from the activation of export operations. In addition, effective integration business processes in foreign markets require flexible use of various methods and approaches to conducting international activities with forecasting fluctuations in the international market situation and analysis of the external environment [2; 4; 6].

Analysis of research and publications on the problem. The process of development of international economic activity in conditions of integration was studied in their works by the following foreign and domestic scientists: D. Dzhonson, S. K. Poulson, K. Terner, B. Toin, U. H. Tomlinson, S. Robokk, K. Simmonds, D. H. Luk'ianenko, S. Mochny, S. Fomishyn, Ye. H. Panchenko, O. A. Shvydanenko and others. Some aspects of the development of the implementation of international economic activity by transnational corporations in the conditions of global economic integration require special attention [1–16].

Presenting main material. International economic activity is determined by the main focus, which consists in ensuring the obtaining of permanent competitive advantages of two or more countries among competitors. The desire of national enterprises to intensify their international activities is a motive and an opportunity to realize the right to obtain competitive advantages in the process of integration changes. The key aspects of integration transformations in international economic activity are the support of the European Union and the simplification of rules for entering international markets, increasing the scale of international trade, increasing the process of global product production, the use of digitization and digitization in all spheres of international economic activity. It should be emphasized separately that international economic activity is focused on the implementation of methods and techniques for the expansion of sales markets, services, capital, labor force, the search for new sources of resources (production, financial, innovation, investment, personnel), and the implementation of deep diversification of general economic activity [7; 8; 10].

Modern dominants in the development of international economic activity are under the influence of factors (foreign and venture capital investment, international production) in relation to the entry of companies into foreign markets. The effective functioning of an international company in the conditions of integration of various forms of business relies on the strategy of realizing its competitive advantages due to internalization, reduction of transaction costs, advanced knowledge and technologies [9; 11; 12].

The presence of well-known international companies on the Ukrainian market is an indicator of Ukraine's investment attractiveness, assessment of its potential for global business, compliance of the domestic business system with generally accepted world standards (Table 1) [6; 13; 15].

Among the best countries for starting international economic activity (international business)

Table 1. Top-25, the most successful international companies in Ukraine

№	Company	Brief description
1	2	3
1.	Amway Ukraine	In 2019, the turnover of «Amway Ukraine» LLC exceeded UAH 1.4 billion, more than 200,000 independent Amway entrepreneurs in Ukraine cooperate with the company.
2.	Credit Agricole Bank	The oldest foreign bank in Ukraine, which has been operating on the market since 1993, is a strategic partner for agribusiness and the main bank for car enthusiasts.
3.	Dell Technologies	Founded in the USA in 1984, the company serves customers in 180 countries around the world, including 99% of Fortune 500 companies and individual consumers.
4.	FMC Ukraine	FMC Corporation includes 26 production facilities, 23 research laboratories and representative offices in more than 70 countries of the world. FMC came to Ukraine in 1992.
5.	Groupe SEB	Today, Groupe SEB is present in 150 countries of the world and has achieved leadership positions on all continents thanks to its extensive network and wide range of products of well-known global brands.
6.	Idea Bank	Idea Bank has been operating on the Ukrainian market since 1989, has representative offices in all regions of the country, and despite the challenges of economic crises, the bank occupies a leading position on the market in retail cash lending.
7.	Karcher	Alfred Kärcher SE&Co. KG is a German company with a turnover of 2.578 billion euros and 13.5 thousand employees, representative offices in most countries of the world, 16 subsidiaries and well-deserved authority on the market.
8.	lifecell	The operator belongs to Turkcell – a Turkish provider of converged telecom and technological services.
9.	LG	LG Electronics opened its representative office in Ukraine back in 1996 and since then has been engaged in the import of consumer electronics in Ukraine, provides information support, provides technical support and assistance to buyers.
10.	L’Oreal	The L’Oréal group is a leading global player in the field of beauty. The sales volume of the L’Oréal group in 2019 reached 29.87 billion euros, and 88,000 people work in its staff in 150 countries around the world.
11.	Mastercard	Mastercard is a global technology company operating in the payment industry. The company unites consumers in more than 210 countries and territories of the world. The Mastercard representative office in Ukraine was opened in 2006.
12.	Microlife	The Microlife company is a world leader in the development and production of medical diagnostic equipment for use at home and in medical institutions.
13.	Nestlé	Nestlé is one of the world’s largest companies in the field of food and beverage production, represented in 187 countries, and 300,000 employees around the world work to achieve a common goal.
14.	PepsiCo Ukraine	PepsiCo is one of the largest producers of food and beverages in Ukraine. Over the years of work in Ukraine, the company has become one of the largest investors in the economy and taxpayers in the budget.
15.	Radisson Hotels	Radisson Hotel Group is the first international hotel chain that is represented on the territory of Ukraine. The company’s portfolio includes seven different brands and more than 1,400 hotels in operation and under construction around the world.
16.	Royal Canin	Royal Canin, a global innovator in the field of healthy pet nutrition, has been developing pet foods for their diverse needs for 50 years.
17.	SOCAR Energy Ukraine	SOCAR Energy Ukraine is a subsidiary of the State Oil Company of the Republic of Azerbaijan. The representative office of SOCAR in Ukraine was opened in 2008 and already has 55 gas stations in 11 regions of Ukraine.
18.	TUI Ukraine	TUI Ukraine is one of the leading tour operators operating under the European brand since 2009. It includes more than 260 agencies of its own retail network and franchising.
19.	Visa	Visa is not just one of the leaders of the payments market, the company is working on increasing the share of non-cash payments in the consumer and business segments.
20.	«Gedeon Richter»	Hungarian pharmaceutical company founded in 1901 is represented on five continents by six subsidiaries and joint ventures, 29 representative offices and 40 commercial and marketing companies.
21.	«Innotek International Laboratory»	«Innotek International Laboratory» is a French family pharmaceutical company whose products are sold in more than 100 countries around the world.
22.	Mareven Food Europe	The company «Mareven Food Europe» with 100% Vietnamese–Japanese capital is one of the largest manufacturers of fast food and culinary products on the market of Ukraine.
23.	McDonald’s	This company was a pioneer of global business in all countries that opened up to the world, and Ukraine was no exception.
24.	Renault Ukraine	In 2000, the Renault brand began its activities in Ukraine. Today, the Renault company has 35 dealerships in the largest cities of our country, where more than 1,000 people work.
25.	Zeppelin Ukraine	ZEPPELIN GmbH is a German industrial concern represented in 20 countries around the world as a dealer and manufacturer of various equipment.

Table 2. The best countries for doing international business in 2023

No.	Country	Characteristics
1	2	3
1.	Great Britain	In terms of ease of starting a business in the report of the Doing Business agency out of 190 countries of the world, Great Britain ranks 8th, and 3rd in Europe. Unemployment in the state is kept at the level of 4.9%, and inflation is about 0.3%.
2.	Sweden	In the Doing Business report, the country ranks 10th. The most promising industry for investment is information technology and innovation. Stockholm is considered one of the world leaders in launching startup companies.
3.	Hong Kong	Hong Kong ranks 3rd in the Doing Business report. It is the most important financial and logistics center not only of Asia, but also of the world. A free economy, an efficient tax system, investor protection and many other positive aspects make Hong Kong one of the best places to do business.
4.	The Netherlands	Despite the fact that the Netherlands ranks only 42nd in the Doing Business ranking, foreigners invest huge amounts of money in local companies, both in the field of industry and agriculture.
5.	New Zealand	In the Doing Business report, New Zealand ranks 1st. It is possible to carry out business immigration to New Zealand with the help of special programs for foreign entrepreneurs. In New Zealand, corruption and administrative pressure from the authorities are minimized.
6.	Canada	The Doing Business study ranked Canada 23rd. About 75% of Canadian exports go to the United States, on trade with which the welfare of the country as a whole largely depends.
7.	Denmark	The second representative of Scandinavia in the list of the best countries for business is Denmark. In the Doing Business rating, the country deservedly took 4th place, and 1st in Europe. Thanks to high social standards, a developed economy and clear laws, Denmark is one of the happiest countries in the world.
8.	Singapore	In the Doing Business rating, Singapore is in 2nd place after New Zealand. It has a very favorable investment climate, low tax rates, ideal infrastructure and a developed economy. The spheres of finance, information technologies and the tourism industry stand out in particular.
9.	Australia	Australia is ranked 14th in the Doing Business report. One of the main incentives for doing business in Australia is an effective tax system and the widest range of areas for investment – from agriculture to information technology.
10.	Switzerland	In the Doing Business report, the country took 36th place. The country has a very high standard of living, a transparent legal system and a prosperous economy. Competent actions of the government ensure the stability of the local currency and reliably protect the financial system of Switzerland.

in 2023 are: Great Britain, Sweden, Hong Kong, Netherlands, New Zealand, Canada, Denmark, Singapore, Australia, Switzerland (Table 2) [6; 14; 16].

It should be noted that Ukraine ranks 77th among the 161 best countries for doing business in the Forbes rating. The Central African Republic, Congo and Guinea-Bissau close the list. The owners of the world's largest economies, the United States and China, ranked 17th and 49th, respectively. Economic integration regarding the conduct of international economic activities and the investment of resources of any investment company depends on a number of factors, such as: immigration laws and requirements for business entities from abroad; taxation mechanism; trade transparency; state and level of corruption; the degree of infrastructure development and digitization; politi-

cal stability and security; development of innovative technologies and innovations; state of security and qualification of workers [1–6].

At the same time, the main motivating motive of international economic activity is the commercialization of the result. This motive is realized through the search and establishment of a connection with an object that is able to provide it with the necessary resources. Therefore, this process should be interpreted as the activity of subjects of individuals, corporations, other institutional associations aimed at finding, gaining influence, changing or creating objects capable of providing the resources necessary to maintain a state of dynamic equilibrium with the external environment of development in within the limits of integration processes (Fig. 1).[1; 4; 6–9].

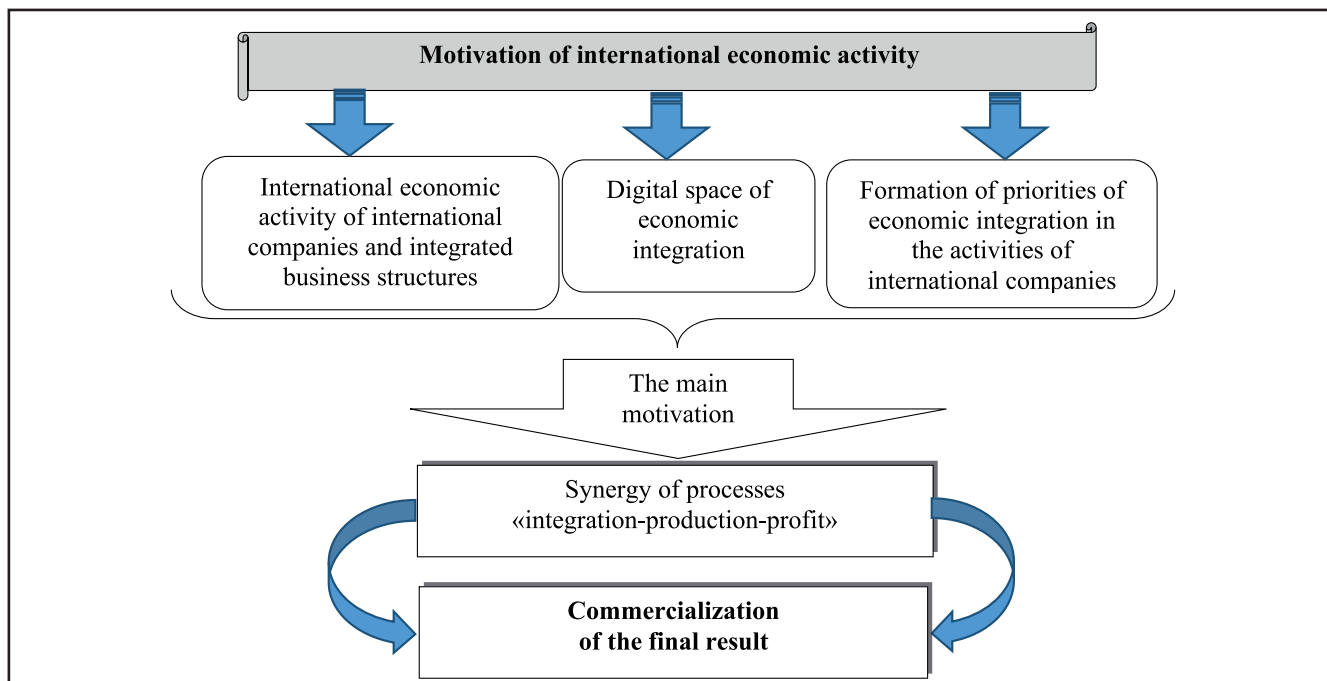


Figure. 1. Stimulating motive of international economic activity in the process of economic integration [2–5]

Therefore, economic integration is an objective process of developing sustainable long-term economic ties between countries that are close in socio-economic level. Economic integration is the process of economic interaction of countries with the aim of achieving certain advantages in mutual trade of goods, services, movement of production factors by concluding interstate agreements on their further cooperation. Prerequisites for the creation of integrated business structures in international economic activity include: correlation between the levels of economic development and the degree of market maturity of the countries; geographical proximity of the countries, the presence of a common border, historically formed economic ties; presence of common economic, social, political and other aspects; manifestation of the positive consequences of countries joining already existing integrated business structures; the manifestation of negative consequences for countries that are not part of a certain integrated business structure, due to the reorientation of the economic ties of the participating countries and the absence of preferential conditions for cooperation [1–4].

At the same time, the main characteristic features of economic integration are taken into account:

- interconnection and interpenetration of national production processes;

- development of international specialization and cooperation in production, investment, innovation spheres;

- structural changes in the economy of the participating countries in accordance with the strategic goals of integration;

- purposeful regulation of the integration process, coordination of the economic strategy of the participating countries [1–4].

The general goals of international integrated business structures are not clearly described, and that is why, based on the study of the peculiarities of their activities, we will single out the following goals of international economic integration:

Achieving such goals as using the advantages of economies of scale based on expanding the capacity of national markets, reducing transaction costs, and attracting foreign investment is characteristic of the integration clusters of Africa and Central America.

Formation of a favorable foreign policy environment by strengthening mutual understanding and cooperation of the participating countries in the political, military, social and other non-economic spheres inherent in the integration clusters of the countries of Southeast Asia and the Middle East.

Increasing the efficiency of regulation of foreign trade cooperation is characteristic of the integration clusters of North, Latin America and Southeast Asia.

Activation of international investment, scientific and technical cooperation with developed countries for the structural prerequisite of the economies of the participating countries is typical for the countries of the European Union.

Supporting the development of branches of national industry through the creation of a larger regional market is the key goal of the integration clusters of the countries of Latin America and Africa, located south of the Sahara [1–4].

Therefore, international economic activity in the conditions of economic integration ensures the highest level of development of the international economy as a system of scientific–technological and organizational–functional connections between innovative types of entities such as business structures, cluster entities, which determines the further formation and development of the global economic system.

Conclusions

Thus, as a result, we propose to define international economic activity in modern business conditions as an integral component of the formation and further development of enterprises, the efficiency of which is constantly improved in order to obtain maximum profit and a synergistic effect from the activation of export operations. It was determined that the key aspects of integration transformations in international economic activity are the support of the European Union and the simplification of rules for entering international markets, increasing the scale of international trade, increasing the process of global product production, the use of digitization and digitization in all spheres of international economic activity. It was established that among the best countries for starting an international business in 2023, the following were identified: Great Britain, Sweden, Hong Kong, the Netherlands, New Zealand, Canada, Denmark, Singapore, Australia, and Switzerland. Ukraine ranks 77th among the 161 best countries for doing business according to the Forbes rating. It was analyzed and determined that the main motivating motive of international economic activity is the commercialization of the result, and international economic activity itself in the conditions of economic integration ensures the highest level of development of the international economy, which determines the further formation and development of the global economic system.

Список використаних джерел

1. Вдовенко, Н. М., Сухомлин, Л. В., Бачкір, І. Г., & Гнатенко, І. А. (2021). Управлінські засади моделювання державних пріоритетів в інноваційній економіці: диверсифікація підприємницької діяльності та адаптування ринку. *Економіка та держава*, (9), 19–23.
2. Гнатенко, І. А. (2021). Моделювання сценаріїв стійкого розвитку підприємств в умовах глобалізації та діджиталізації: управлінський аспект. *Інвестиції: практика та досвід*, (16), 20–25.
3. Кокоріна В. І. Імперативи розвитку міжнародного бізнесу в умовах глобалізації / В.І. Кокоріна // *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. – 2020. – № 3. – С. 67–73.
4. Ложачевська, О. М., Гнатенко, І. А., Сухомлин, Л. В., & Мельник, О. Ю. (2021). Моделювання інфраструктури підприємництва неінноваційного управління на національному та регіональному рівнях в умовах децентралізації. *Інвестиції: практика та досвід*, (18), 5–10.
5. Лук'яненко Д. Г. Стратегії глобального управління / Д. Г. Лук'яненко, Т. В. Кальченко // *Міжнародна економічна політика*. – 2019. – № 8–9. – С. 5–43.
6. Топ–10 країн для початку бізнесу Джерело: <https://dumka.biz/top-10-krashhix-kr%D1%97n-dlya-pochatku-biznesu/> | Бізнес і Фінанси в Україні
7. Cullen John B. *International Business: Strategy and Multinational Company* / John B. Cullen, K. Praveen Parboteeah. – New York : Taylor & Francis e–Library, 2009. – 501 p.
8. *Information Economy Report 2020: ICTs, Enterprises and Poverty Alleviation*. – Geneva: UN Publication, 2020. – 155 p.
9. *International Business : 4E* / K. Aswathappa. – New Delhi : Tata McGraw Hill Education, 2020. – 775 p.
10. *International Business: Themes and Issues in the Modern Global Economy* / Debra Johnson, Colin Turner. – New York : Taylor & Francis e–Library, 2020. – 496 p.
11. Kvitа G., Bebko S., Shikovets C. The system and situational models of business activity. // *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Випуск 5(32) 2021. – С.90–95.
12. Olena Kovtun, Vitalii Lutsiak, Anatolii Ostapchuk, Daria Lavinska, Kseniia Sieriebriak, Anna Kononenko, Svitlana Bebko. *Contemporary Management of University's Strategic Development: the Case Study on Ukrainian Universities*. *International Journal of Computer Science and Network Security*. Vol. 21 No. 12, pp. 269–279.
13. Olshanska O. The strategic innovative development of integrated business models / O. Olshanska, P. Puzyrova // *Modern directions of scientific research*

development : proceedings of VI International scientific and practical conference, Chicago, USA, 24–26 November 2021. – BoScience Publisher, Chicago, USA, 2021. – P. 872–877.

14. Olshanska O. V. The innovative potential of integrated business structures: theoretical and methodological framework for evaluation and implementation = Інноваційний потенціал інтегрованих структур бізнесу: теоретико-методичний базис оцінювання та реалізації [Текст] / O. V. Olshanska, P. V. Puzyrova // Журнал стратегічних економічних досліджень. – 2022. – № 1 (6). – С. 56–66.

15. Olshanska O. The mechanism of public financial support for stimulation of innovation in integrated clusters / O. Olshanska, P. Puzyrova // Формування ринкових відносин в Україні. – 2021. – № 10 (245). – С. 32–40.

16. Zakharin S., Viblyi P., Bebko S., Nahorna N., Aloshyn S. New Statistical and Econometric Approaches to Assessing Financial Processes (Banking Sector, Public Debt, Financial Management) International Journal of Industrial Engineering and Production Research, 2020, 31(4), pp. 609–624.

References

1. Hnatenko, I. A. (2021). Modeling scenarios of sustainable development of enterprises in the conditions of globalization and digitalization: managerial aspect. Investments: practice and experience, (16), 20–25.

2. Vdovenko, N. M., Chuhomlyn, L. V., Bachkir, I. G., & Hnatenko, I. A. (2021). Managerial principles of modeling state priorities in the innovative economy: diversification of entrepreneurial activity and market adaptation. Economy and the state, (9), 19–23.

3. Kokorina, V.I. (2020). Imperatives of development of international business in the conditions of globalization. State and regions. Series: Economy and entrepreneurship, No. 3, 67–73.

4. Lozhachevska, O. M., Hnatenko, I. A., Chukhomlyn, L. V., & Melnyk, O. Yu. (2021). Modeling the entrepreneurship infrastructure of neo-innovative management at the national and regional levels in conditions of decentralization. Investments: practice and experience, (18), 5–10.

5. Lukyanenko, D. G., Kalchenko, T. V. (2019). Strategies of global management. International economic policy, 8–9, 5–43.

6. Top-10 кращих країн для початку бізнесу Джерело: <https://dumka.biz/top-10-krashhix-kra%D1%97n-dlya-pochatku-biznesu/> | Бізнес і Фінанси в Україні

7. Cullen, J. B., Parboteeah, P. K. (2009). International Business: Strategy and Multinational Company. New York : Taylor & Francis e-Library, 501 p.

8. Information Economy Report (2020). ICTs, Enterprises and Poverty Alleviation. Geneva: UN Publication, 155 p.

9. International Business : 4E / K. Aswathappa. – New Delhi : Tata McGraw Hill Education, 2020. – 775 p.

10. International Business: Themes and Issues in the Modern Global Economy / Debra Johnson, Colin Turner. – New York : Taylor & Francis e-Library, 2020. – 496 p

11. Kvita, G., Bebko, S., Shikovets, C. (2021). The system and situational models of business activity. Східна Європа: економіка, бізнес та управління, 5(32), 90–95.

12. Kovtun, O., Lutsiak, V., Ostapchuk, A., Lavinska, D., Sieriebriak, K., Kononenko, A., Bebko, S. (2021). Contemporary Management of University's Strategic Development: the Case Study on Ukrainian Universities. International Journal of Computer Science and Network Security, (21) 12, 269–279.

13. Olshanska, O., Puzyrova, P. (2021). The strategic innovative development of integrated business models. Modern directions of scientific research development : proceedings of VI International scientific and practical conference, Chicago, USA, 24–26 November 2021. – BoScience Publisher, Chicago, USA, 872–877.

14. Olshanska, O., Puzyrova, P. (2022). The innovative potential of integrated business structures: theoretical and methodological framework for evaluation and implementation. Journal of strategic economic research, 1 (6), 56–66.

15. Olshanska, O., Puzyrova, P. (2021). The mechanism of public financial support for stimulation of innovation in integrated clusters. Formation of market relations in Ukraine, 10 (245), 32–40.

16. Zakharin, S., Viblyi, P., Bebko, S., Nahorna, N., Aloshyn, S. (2020). New Statistical and Econometric Approaches to Assessing Financial Processes (Banking Sector, Public Debt, Financial Management). International Journal of Industrial Engineering and Production Research, 31(4), 609–624.

Дані про авторів

Пузирьова Поліна Володимирівна,

д.е.н., доцент кафедри Смарт-економіки, Київський національний університет технологій та дизайну
e-mail: puzyrova@ukr.net

Співак Софія Іванівна,

к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи, Східноукраїнський національний університет ім. Володимира Даля,
e-mail: spivak1705@ukr.net

Халіляєва Олена Валеріївна,

аспірант відділу аналізу і прогнозування міжнародної торгівлі Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки
e-mail: a.ha@i.ua

Порожня Дар'я Олегівна,

магістр кафедри Смарт-економіки, Київський національний університет технологій та дизайну,
e-mail: puzyrova@ukr.net

Data about the authors

Polina Puzyrova,

Associate Professor of the Department of Smart Economics, Kyiv National University of Technologies and Design, Doctor of Economics, Associate Professor
e-mail: puzyrova@ukr.net

Sofia Spivak,

Associate Professor of the Department of Financial and Banking References, Skhidnoukrainian National University named after Vladimir Dahl, PhD in Economics, Associate Professor

e-mail: spivak1705@ukr.net

Khaliliaeva Olena,

graduate student of the Department of Analysis and Forecasting of International Trade State Research Institute of Informatization and Modeling of Economy

e-mail: a.ha@i.ua

Daria Porokhnia,

Master of the Department of Smart Economics, Kyiv National University of Technologies and Design,

e-mail: puzyrova@ukr.net

УДК 657.15

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087780>

ІВАНІЮТА Т. М.

Економічні аспекти оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств)

Предметом дослідження є теоретичні аспекти оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств), в контексті дослідження цілей, випадків та обмежень щодо проведення оцінки бізнесу.

Метою статті є дослідження економічних аспектів оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств), а саме аналіз цілей, випадків та обмеження щодо проведення оцінки бізнесу з урахуванням вимог законодавства.

Методи дослідження. В процесі написання статті було використано теоретичні і наукові методи дослідження для узагальнення економічних аспектів оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств), у тому числі системний й логічний, що дозволило забезпечити концептуальну єдність дослідження, метод аналізу для представлення цілей, випадків та обмежень щодо проведення оцінки бізнесу з урахуванням вимог законодавства і метод узагальнення для систематизації висновків статті.

Результати роботи. Досліджено сутність потреб в проведенні оцінки бізнесу ринкових структур і організацій в залежності від конкретного користувача. До них відносять власника і акціонера підприємства, працівника, фірму-оцінювача, державу. Проаналізовано класифікацію цілей оцінки бізнесу ринкових структур і організацій. Встановлено випадки проведення оцінки бізнесу ринкових структур і організацій відповідно до Закону України «Про оцінку майна, майнових прав і професійну оціночну діяльність в Україні». Охарактеризовано існуючі обмеження щодо проведення оцінки майна.

Галузь застосування результатів. Сфера розвитку і оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств) в Україні з урахуванням вимог чинного законодавства.

Висновки. Отже, в результаті дослідження встановлено, що під економічними аспектами оцінки бізнесу ринкових структур і організацій можна вважати сукупність економічних засад, параметрів та чинників впливу на оцінку бізнесу, що дають змогу визначити вартість організації (підприємства) як цілісного комплексу, здатного приносити дохід всім зацікавленим особам.

Ключові слова: оцінка, бізнес, вартість, підприємство, ринок, організація, аспект.

ІВАНІЮТА Т. М.

Economic aspects of business evaluation of market structures and organizations (enterprises)

The subject of the study is the theoretical aspects of business assessment of market structures

and organizations (enterprises), in the context of researching the goals, cases and limitations of business assessment.

The purpose of the article is to study *the economic aspects of business evaluation of market structures and organizations (enterprises), namely, the analysis of goals, cases, and limitations of business evaluation taking into account the requirements of the law.*

Research methods. *In the process of writing the article, theoretical and scientific research methods were used to generalize the economic aspects of the business assessment of market structures and organizations (enterprises), including systemic and logical, which allowed to ensure the conceptual unity of the research, the method of analysis to present the goals, cases and limitations of conducting business evaluations taking into account the requirements of the law and the generalization method for systematizing the conclusions of the article.*

Work results. *The essence of the needs for conducting a business assessment of market structures and organizations, depending on the specific user, has been studied. They include the owner and shareholder of the enterprise, the employee, the appraiser company, and the state. The classification of business assessment goals of market structures and organizations is analyzed. There have been established cases of business valuation of market structures and organizations in accordance with the Law of Ukraine "On Valuation of Property, Property Rights and Professional Valuation Activities in Ukraine". The existing restrictions on property appraisal are characterized.*

Field of application of results. *The sphere of business development and assessment of market structures and organizations (enterprises) in Ukraine, taking into account the requirements of current legislation.*

Conclusions. *So, as a result of the study, it was established that the economic aspects of business evaluation of market structures and organizations can be considered a set of economic principles, parameters and factors influencing business evaluation, which make it possible to determine the value of the organization (enterprise) as a complete complex capable of bringing income to all interested parties.*

Key words: *estimation, business, cost, enterprise, market, organization, aspect.*

Постановка проблеми. Проведення незалежної оцінки бізнесу є обов'язковим у випадках застави державного та комунального майна, внесення державними науковими (науково-дослідними, науково-технологічними, науково-технічними, науково-практичними) установами та державними університетами, академіями, інститутами майнових прав інтелектуальної власності як внеску до статутного капіталу господарських товариств, відчуження державного та комунального майна способами, що не передбачають конкуренцію покупців у процесі продажу, або у разі продажу одному покупцю, визначення збитків або розміру відшкодування, під час вирішення спорів та в інших випадках, визначених законодавством або за згодою сторін.

Отже, питання дослідження економічних аспектів оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств) в сучасних умовах з урахуванням вищевказаних факторів, а саме дослідження – цілей, випадків та обмежень проведення оцінки бізнесу є актуальними й сучасними з урахуванням динамічних змін в економіці країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

В науковій літературі поняття потреб і інтересу в проведенні оцінки бізнесу ринкових структур і організацій отримало відповідне обґрунтування. Хоча, як відомо, внаслідок задоволення потреб і здійснюється вся людська діяльність, у тому числі й оціночна. Потребу в оцінці бізнесу ринкових структур і організацій, слід визначати через отримання в результаті процесу оцінки об'єкта відповідних задовольень конкретного користувача інформації – власника, акціонера, кредитних організацій чи третіх сторін тощо.

Питання дослідження цілей, випадків і обмежень проведення оцінки бізнесу суб'єктів бізнес-діяльності, для кожного конкретного користувача відіграє важливу роль в оціночній діяльності і чітко наведено в законодавстві України, що ще раз підтверджує актуальність обраної теми.

У вирішенні питань обґрунтування економічних аспектів оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств) в умовах розвитку ринку внесли: Кириченко Г.В., Калашніков С.К., Краснокутська Н.С., Фролова Л.В. і інші науков-

ці [1–6]. Тематика дослідження чітко окреслена й рамками законодавства України.

Мета статті. Дослідити економічні аспекти оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств), а саме проаналізувати цілі, випадки та обмеження щодо проведення оцінки бізнесу з урахуванням вимог законодавства.

Виклад основного матеріалу. Професійний оцінювач в своїй діяльності завжди керується конкретною ціллю. Чітке, а головне грамотне формулювання цілі дозволяє правильно визначити вид вартості, що розраховується та вибрати економічний метод її оцінки. Як правило, ціль оцінки бізнесу ринкових структур і організацій, полягає у визначенні оцінної вартості, що необхідно споживачу послуг для прийняття рішень.

В проведенні оцінних робіт зацікавлені різні сторони – від державних структур до приватних осіб, це можуть бути і контрольно-ревізійні органи, управлінські структури, кредитні організації, страхові компанії, податкові органи й інші ринкові структури і організації, приватні власники бізнесу, вітчизняні та іноземні інвестори, акціонери та інші.

Предметом оцінки бізнесу ринкових структур і організацій є ринкова вартість капіталу, що належить оцінюваній компанії. В економіці виокремлюють три підходи до оцінки бізнесу: доходний, витратний і порівняльний, кожний з яких відбиває різні сторони оцінюваної компанії, ґрунтується на використанні специфічної інформації, але разом з тим застосування того чи іншого підходу можливо лише при наявності необхідних умов.

Оцінку бізнесу проводять у випадках, встановлених законодавством України, міжнародними угодами, на підставі договору, а також на вимогу однієї зі сторін угоди та за згодою сторін. Сутність

потреб в проведенні оцінки вартості бізнесу в залежності від конкретного користувача має своє призначення, що представлено в таблиці 1.

Оціночну діяльність в Україні можна поділити на дві сфери: первинний ринок – оцінка державного майна та вторинний ринок – оцінка недержавного майна.

Тому основною метою оцінки вартості об'єкта з боку власників, а також зацікавлених юридичних чи фізичних осіб є підтвердження реальної вартості ринкової структури чи організації з кількісними й якісними оцінками господарських явищ, процесів, фактів і закономірностей його сталого розвитку, що відповідають прийнятим критеріям. У зв'язку з цим, пропонуємо показати класифікацію цілей оцінки бізнесу ринкових структур і організацій в таблиці 2.

Професійний підхід до оціночної діяльності, особливо в контексті оцінки можливих змін потенціалу фінансово-економічної стійкості в майбутньому, вимагає ретельного дослідження показників, які формують вартість підприємства на новій парадигмі. На рівні державного сектору нормативні основи регулювання процесу оцінки бізнесу ринкових структур і організацій, майнових прав і професійної оціночної діяльності в Україні регламентовані Законом України «Про оцінку майна, майнових прав і професійної оціночної діяльності в Україні» від 12 липня 2001 року № 2658 [5].

У відповідності з наведеним вище Законом України «Про оцінку майна, майнових прав і професійної оціночної діяльності в Україні» (стаття 7 ЗУ) оцінка вартості підприємства (ринкових структур і організацій) може проводитися за певних випадків (обставин). Представимо їх в таблиці 3.

Таблиця 1. Сутність потреб в проведенні оцінки бізнесу ринкових структур і організацій в залежності від користувача

№	Зацікавлена сторона (користувач)	Сутність потреби
1	Власник підприємства	Отримання правової оцінки фінансово-господарської діяльності та, відповідно, об'єктивних даних стосовно зростання власного капіталу
2	Акціонер підприємства	Отримання об'єктивної оцінки фінансової звітності підприємства, його доходів (прибутку), їх розподілу
3	Працівник підприємства	Отримання об'єктивної оцінки результативності їх роботи
4	Фірма-оцінювач	Підтримка оціночної діяльності, отримання коштів у результаті наданих послуг, підвищення своєї репутації
5	Держава	Дисципліна суб'єктів господарювання в дотриманні вимог законодавства, що регулює фінансово-господарську діяльність підприємств, сплату податків, зборів та інших обов'язкових платежів

Джерело: складено автором [1–6].

Таблиця 2. Класифікація цілей оцінки бізнесу ринкових структур і організацій

Суб'єкт бізнесу	Причини оцінки бізнесу
Підприємство як юридична особа	Розробка стратегії розвитку підприємства
	Забезпечення фінансової безпеки
	Оцінка ефективності управління
	Випуск акцій
Власник як юридична особа	Вибір варіанта розпорядження власністю
	Складання консолідованої звітності (при об'єднанні) та розподільних балансів при реструктуризації
	Установлення розміру виторгу при упорядкованій ліквідації
	Обґрунтування ціни купівлі–продажу підприємства
Кредитна установа	Перевірка фінансової дієздатності позичальника
	Визначення розміру позики, виданої під заставу
Страхова компанія	Установлення розміру страхового внеску
	Визначення суми страхових виплат
Фондова біржа	Розрахунок кон'юнктурних характеристик
	Перевірка обґрунтованості котирувань цінних паперів
Інвестор	Визначення доцільності інвестиційних вкладень
	Визначення припустимої ціни купівлі підприємства з метою включення його в інвестиційний проект
Державні органи	Підготовка підприємства до приватизації
	Визначення бази оподаткування
	Визначення виторгу від примусової ліквідації через процедуру банкрутства
	Оцінка для судових цілей

Джерело: складено автором [1–6].

Таблиця 3. Випадки проведення оцінки бізнесу відповідно до Закону України «Про оцінку майна, майнових прав і професійну оціночну діяльність в Україні»

№	Випадки проведення оцінки бізнесу відповідно до Закону України
1	створення підприємств (господарських товариств) на базі державного майна або майна, що є у комунальній власності, крім випадків, встановлених законом
2	реорганізації, банкрутства, ліквідації державних, комунальних підприємств та підприємств (господарських товариств) з державною часткою майна (часткою комунального майна), крім випадків, встановлених законом
3	виділення або визначення частки майна у спільному майні, в якому є державна частка (частка комунального майна)
4	визначення вартості внесків учасників та засновників господарського товариства, якщо до зазначеного товариства вноситься майно господарських товариств з державною часткою (часткою комунального майна), а також у разі виходу (виключення) учасника або засновника із складу такого товариства
5	приватизації та іншого відчуження у випадках, встановлених законодавством, оренди, обміну, страхування державного майна, майна, що є у комунальній власності, а також повернення цього майна на підставі рішення суду
6	переоцінки основних фондів для цілей бухгалтерського обліку
7	оподаткування майна згідно з законом, крім випадків визначення розміру податку при спадкуванні власності, вартість якої оподатковується за нульовою ставкою
8	визначення збитків або розміру відшкодування у випадках, встановлених законом
9	в інших випадках за рішенням суду або у зв'язку з необхідністю захисту суспільних інтересів

Джерело: складено автором на основі джерела [5].

Існують і певні обмеження щодо проведення оцінки майна, що наведені в статті 8 Закону України «Про оцінку майна, майнових прав і професійної оціночної діяльності в Україні» від 12 липня 2001 року № 2658.

Не допускається проведення оцінки майна суб'єктами оціночної діяльності – суб'єктами господарювання у таких випадках:

- проведення суб'єктом оціночної діяльності – суб'єктом господарювання оцінки майна, що на-

лежить йому або оцінювачам, які працюють у його складі, на праві власності або на яке зазначені особи, що мають майнові права;

- проведення оцінки майна фізичної особи–замовника або керівників юридичної особи, яка є замовником оцінки, оцінювачем, який має родинні зв'язки з зазначеними особами, або суб'єктом оціночної діяльності – суб'єктом господарювання, керівництво якого має зазначені зв'язки;
- проведення оцінки майна своїх засновників (учасників).

Висновки

Із вищевикладеного тексту зауважимо, що відповідно до обраної теми наукового дослідження, економічні аспекти оцінки бізнесу ринкових структур і організацій – це сукупність економічних аспектів впливу на оцінку бізнесу, що дають змогу визначити вартість організації (підприємства) як цілісного комплексу, здатного приносити дохід всім зацікавленим особам.

Наукові розробки та національні нормативні документи практичного досвіду вітчизняних об'єктів бізнес–діяльності дають можливість ширше визначити мету і випадки проведення оцінки бізнесу ринкових структур і організацій, в сучасних умовах господарювання. При цьому слід враховувати, що на суть мети оцінки вартості при системно–орієнтованому підході впливають різні фактори, серед яких: вид оцінюваного об'єкта і його стан; інтереси різних груп економічних відносин і вимоги користувачів стосовно інформації за результатами оцінки; види оцінки; види оцінюваних послуг, які замовив клієнт (споживач послуг).

Список використаних джерел

1. Задерей В.Ю. Методи оцінки вартості компаній. Агросвіт. 2017. № 5. С. 48–54.
2. Кириченко Г.В. Основні підходи до оцінювання вартості та можливість їх застосування на підприємствах транспорту. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2019. Том 1. № 1. С. 14–23.
3. Краснокутська Н.С. Оцінка бізнесу : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська, Г. М. Коптева. Харків: НТУ «ХПІ». 2021. 229 с.

4. Кононова К.Ю., Калашніков С.К. Використання методів оцінки бізнесу на прикладі ПАТ «Центренерго». Соціальна економіка, 2020. 1(60). С.159–168.

5. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: Закон України від 12 липня 2001 року № 2658 – III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14#Text> (дата звернення: 17.05.2023).

6. Фролова Л.В. Економіка підприємництва: підруч. / за ред. Л.В. Фролової. Одеса: М.О. Бондаренко. 2020. 708 с.

References

1. Zaderei V.Iu. Metody otsinky vartosti kompanii. Ahrosvit. 2017. № 5. S. 48–54.
2. Kyrychenko H.V. Osnovni pidkhody do otsiniuvannia vartosti ta mozhlyvist yikh zastosuvannia na pidpriemstvakh transportu. Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku. 2019. Tom 1. № 1. S. 14–23.
3. Krasnokutska N.S. Otsinka biznesu : navch. posib. / N. S. Krasnokutska, H. M. Koptieva. Kharkiv: NTU «KhPI». 2021. 229 s.
4. Kononova K.Iu., Kalashnikov S.K. Vykorystannia metodiv otsinky biznesu na prykladi PAT «Tsentrenergo». Sotsialna ekonomika, 2020. 1(60). S.159–168.
5. Pro otsinku maina, mainovykh prav ta profesiinu otsinochnu diialnist v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 12 lypnia 2001 roku № 2658 – III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2658-14#Text> (data zvernennia: 17.05.2023).
6. Frolova L.V. Ekonomika pidpriemnytstva: pidruch. / za red. L.V. Frolovoi. Odesa: M.O. Bondarenko. 2020. 708 s.

Дані про автора

Іванюта Тетяна Миколаївна,

к.е.н., доцент, Національного університету харчових технологій

e-mail: te_ta_na@ukr.net

Data about author

Tetiana Ivaniuta,

Ph.D., associate professor, National University of Food Technologies

e-mail: te_ta_na@ukr.net

Перспективи розвитку ринку органічних продуктів в Україні та світі

Предметом дослідження є ринок органічних продуктів в Україні та світі.

Мета дослідження полягає в аналізі та дослідженні можливостей подальшого розвитку вітчизняного та світового ринку органічних продуктів.

Методи дослідження. У роботі використано сукупність наукових методів і підходів, зокрема системний, логічний і діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті наведені основні чинники, що сприяють розвитку ринку органічних продуктів. Окреслено перспективність розвитку ринку органічних продуктів. Визначена низка проблем та можливостей для розвитку ринку органічної їжі.

Галузь застосування: в галузі економічних наук та в практичній діяльності суб'єктів підприємництва.

Висновки. Зростання свідомості споживачів про переваги органічної їжі, а також збільшення кількості сертифікованих продуктів органічного виробництва сприяє розвитку ринку органічної продукції і допомагає забезпечити споживачам доступ до якісної та безпечної їжі. Ринок органічної їжі має великий потенціал розвитку, однак, деякі проблеми щодо виробництва та нестачі земельних ресурсів можуть ускладнити подальший розвиток ринку. Для реалізації його потенціалу потрібні нові наукові технології та практичні заходи, які допоможуть збільшити виробництво, знизити ціни та зробити органічну їжу більш доступною для споживачів. Розвиток органічного сектору є особливо важливим та перспективним для вітчизняних аграріїв, споживачів та держави в цілому, тому Україні слід активно працювати в напрямку створення належного правового забезпечення діяльності органічних виробників, а також запровадження чіткої та ефективної системи їх державної підтримки як на регіональному, так і на національному рівнях.

Ключові слова: органічний продукт, продовольча безпека, ринок органічної продукції, екологічно чистий продукт.

ТКАЧЕНКО О. М.
ГАРКАВЕНКО І. О.
БОНДАР С. А.

Prospects for the development of the organic products market in Ukraine and the world

The subject of the study is the market of organic products in Ukraine and the world.

The purpose of the study is to analyze and explore the possibilities of further development of the domestic and global market of organic products.

Research methods. The research uses a set of scientific methods and approaches, in particular the systematic, logical and dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, the method of data summarization.

Field of application: in the field of economic sciences and in the practical activity of business entities.

Conclusions. The growing awareness of consumers about the benefits of organic food, as well as the increase in the number of certified organic products, contributes to the development of the market for organic products and helps ensure that consumers have access to quality and safe food. The market of organic food has great potential for development, however, some problems regarding production and lack of land resources may complicate the further development of the market. Realizing

its potential requires new scientific technologies and practical measures to increase production, lower prices and make organic food more accessible to consumers. The development of the organic sector is particularly important and promising for domestic agrarians, consumers and the state as a whole, therefore Ukraine should actively work towards the creation of appropriate legal support for the activities of organic producers, as well as the introduction of a clear and effective system of their state support both at the regional and national levels.

Key words: *organic product, food safety, market of organic products, environmentally friendly product.*

Постановка проблеми. Останні десятиріччя все більше людей стають свідомими про важливість здорового способу життя, що передбачає не тільки фізичну активність, але й правильне харчування. В умовах наростаючого екологічного забруднення в світі спостерігається збільшення зацікавленості споживачів, і тим самим, підвищення попиту на екологічно чисті продукти харчування. В першу чергу, до останніх можемо віднести органічні екологічні чисті продукти, тобто ті, що вирощуються без використання синтетичних добрив, пестицидів, гормонів і антибіотиків, але з використанням відновлювальних ресурсів, таких як компост та натуральне землеробство. З огляду на корисність органічних продуктів, вони стають все більш популярними серед споживачів.

Проте ринок органічної їжі як в Україні, так і в світі все ще знаходиться в стадії розвитку. Проблема полягає в тому, що виробництво органічних продуктів харчування не спроможне задовольнити постійно зростаючий споживчий попит на них. Окрім того, виробництво органічної їжі часто є більш складним і вимагає більше ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тенденції розвитку ринку органічної їжі у своїх наукових працях розглядали: Х. Віллер, Я. Травнічек, Б. Шлаттер, К. Прутві, С. Мадху, Д. Суббая, М. Гжибовська–Бжезінська, М. Гживінська–Рапця, І. Жуховський, П. Боравський, А. Тандон, Ф. Джабін, С. Талвар, М. Сакашита, А. Дхір, С. Молініло, М. Відаль–Бранку, А. Япутра, С. Берсуцька, Т. Козичева, О. Пенькова, В. Рибчак, Ю. Цимбалюк.

Мета статті полягає в аналізі та дослідженні сучасного стану вітчизняного та світового ринку органічних продуктів та визначенні перспектив для розвитку.

Виклад основного матеріалу. Україна має можливості для вирощування та виробництва органічної продукції завдяки своїм природним ресурсам та відносно невисокій конкуренції на ринку. Аналіз ринку органічної їжі та його перспектив розвитку показує, що він знаходиться в стадії постійно-

го розвитку та має високий потенціал. За даними Research and Markets, найбільшого у світі агентства з маркетингових досліджень, глобальний ринок органічної їжі до 2025 року досягне значення більше 320 млрд. доларів США. При цьому прогнозується зростання ринку з річною швидкістю 10,9% [1]. В той же час, темпи зростання українського органічного виробництва в 5,4 рази вищі, ніж у країнах Європи, та майже в 5 разів вищі, ніж у світі.

Одним з факторів, що сприяє розвитку національного ринку органічної продукції в Україні є прийняття в 2018 році Закону України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» [2], яким поставлено за мету адаптація вимог органічного вітчизняного законодавства до відповідних правових норм Євросоюзу.

Закон направлений на удосконалення засад правового регулювання органічного виробництва, сертифікації, обігу та маркування органічної продукції. Зокрема, зазначений закон впроваджує контроль за використанням виробниками таких маркувань, як «біо», «еко», «органік», якими зловживали виробники неякісної та неорганічної продукції і вводили споживачів в оману.

Відтепер на етикетці органічної продукції має обов'язково бути розміщений спеціальний логотип – зображення двох кругів, які перетинаються, утворюючи фігуру у вигляді листка рослини, а також надпису «Органічний продукт» [3]. Нанесення зображення затвердженого логотипа свідчить про те, що виробник органічної продукції пройшов спеціальну сертифікацію, має відповідні документи і допомагає споживачам відрізнити органічну продукцію від іншої, наявної на полицях магазинів.

Розвиток будь-якого ринку залежить від динаміки зміни попиту на продукцію та товари. Основним каталізатором зростання ринку органічної продукції є збільшення зацікавленості споживачів у споживанні здорової органічної їжі як в Україні, так і в розвинених країнах, таких як США, Канада та країни Європейського Союзу.

Головні фактори, що впливають на зростання попиту на органічну їжу, включають: зростання розуміння та усвідомлення споживачів про здоровий спосіб життя, відповідальне споживання та небезпечний вплив на організм хімічних речовин, які зазвичай зустрічаються в неорганічній їжі. Крім того, все більше споживачів усвідомлюють, що використання органічної їжі сприяє сталому розвитку та зменшенню негативного впливу на довкілля. Також важливу роль в збільшенні попиту на органічну продукцію, зокрема в Україні, відіграє зростання економічного статусу населення, яке стає більш свідомим та вимогливим щодо якості та безпеки продуктів харчування, зростання кількості веганів та вегетаріанців.

Ринок органічної їжі охоплює різні види продуктів харчування, такі як овочі та фрукти, зернові та молочні продукти, м'ясо, риба та інші продукти. Розподіл ринку органічної їжі за видами продуктів може варіюватися в залежності від регіону та попиту споживачів.

Найбільш популярними продуктами серед органічної їжі є продукти рослинництва – овочі, фрукти, ягоди, баштанні культури тощо. Це пов'язано з тим, що ці продукти мають високий рівень вітамінів та мінералів, не містять великої кількості отруйних та штучних речовин і залюбки споживаються населенням. Органічні зернові включають в себе пшеницю, кукурудзу, рис, жито, ячмінь, та є сировиною для виробництва багатьох продуктів харчування. Органічне молоко, сир, йогурт та інші молочні продукти виробляються з молока, отриманого на екологічних фермах від худоби, вирощеної без використання антибіотиків, гормонів та інших шкідливих речовин. Органічне м'ясо та риба вирощуються лише з використанням натуральних кормів та без використання шкідливих антибіотиків та гормонів.

Крім того, на ринку органічної їжі можна знайти такі продукти, як мед, олія та інші. Загалом, ринок органічної їжі зростає, і споживачі можуть знайти різноманітні продукти харчування, які відповідають їхнім потребам та уподобанням.

Вирощування органічних продуктів та виробництво органічної їжі поєднує в собі найкращі практики з огляду на збереження довкілля, рівень біологічного різноманіття, відновлення родючості ґрунтів, збереження природних ресурсів, добробуту тварин, розвитку сільських територій та сприяння гармонії між людиною і природою.

Проте, щоб продукт міг бути віднесений до органічних, його виробництво має бути підтверджене відповідними сертифікатами відповідно до встановлених стандартів. Державний органічний сертифікат може бути виданий різними організаціями (органами сертифікації) та має свої вимоги до вирощування та виробництва продукції. У різних країнах існують різні стандарти для сертифікації органічної їжі. Наприклад, в ЄС це «European Union organic standards», а в США – стандарт «USDA Organic». У цих актах окрім встановлення правил та вимог до методів вирощування органічних продуктів, також встановлені вимоги до інгредієнтів, що можуть бути використані в процесі вирощування та обробки органічної їжі. Зокрема, сертифікат «USDA Organic» в США підтверджує, що продукт був вирощений та вироблений за стандартами, встановленими Міністерством сільськогосподарства США у відповідності з органічним та екологічним законодавством США.

В Україні сертифікація органічного виробництва відбувається у відповідності до вже згаданого вище закону. Єдиним в Україні органом з сертифікації органічного виробництва, визнаним в Європі, є «Органік Стандарт». Він був створений в рамках українсько-швейцарського проекту «Органічна сертифікація та розвиток органічного ринку в Україні» в 2007 році. Наразі компанія здійснює сертифікацію у всіх регіонах України, а серед її партнерів є ряд відомих іноземних органічних організацій та всі знані гравці органічного сектору України [4].

У світі все більше виробників звертають увагу на виробництво органічної їжі. Так, багато великих компаній, таких як Nestle та PepsiCo, запускають нові лінії продуктів з органічної їжі або збільшують обсяги виробництва вже наявних органічних продуктів.

Зокрема і на вітчизняному ринку кількість виробників здорової продукції збільшується щороку. За версією дослідницького агентства «Brandstory», на ринку органічної їжі в Україні можна виділити наступні п'ять великих гравців, що виробляють виключно органічну продукцію:

- ТОВ «Органік Мілк» – перший в Україні завод з виробництва органічної молочної продукції з власної сировини, що пропонує свою продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках;
- ТОВ «Дунайський Аграрій» є найбільшим виробником органічних баштанних культур, а також

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

входить у трійку основних виробників яєць за органічним стандартом;

– ТОВ «Старий Порицьк», яке спеціалізується на виробництві вершкового масла, моцарели, сулугуні, бринзи та інших видів сиру під власною торговою маркою на екологічно-чистій органічній сироварні за «Органік Стандартом»;

– ТОВ «Органічний М'ясний Продукт», що випускає м'ясну продукцію винятково з власної сировини і за власною рецептурою. Асортимент продукції включає в себе близько 30 видів: продукти зі свинини та яловичини, вироби з сала, ковбаси: варені, варено-копчені, напівкопчені, твердокопчені, сосиски, сардельки, ковбаси паштетні, паштети м'ясні та інше;

– ПрАТ «ЕтноПродукт» – українсько-швейцарське аграрне підприємство, що займається повним циклом переробки і постачання екологічно сертифікованої молочної продукції: сире і пастеризоване молоко, сметана, кефір, йогурт, масло, а. також інших продуктів: мед, м'ясо, ковбаси, овочі, зернові й бобові крупи [5].

Українська органічна продукція поступово набуває визнання на міжнародному рівні. За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, у 2022 році Україна експортувала до ЄС та Швейцарії 225 814 тон органічної продукції, що на 13% більше, ніж у 2021 році [6]. Зокрема,

у 2021 році Україна посіла 5 місце у світі із 126 країн за обсягами імпорту органічної продукції до ЄС із часткою 6,6% від загального обсягу [7].

Проте, варто зазначити, що органічні виробники, що бажають спеціалізуватися на вирощуванні та виробництві екологічно чистої продукції, зіштовхуються з рядом проблем, що значно ускладнюють подальший розвиток як українського, так і світового ринків.

Основною з них є нестача земельних ресурсів для вирощування екологічної аграрної продукції. І це є серйозною проблемою не тільки в Україні, але й у всьому світі. Оскільки така діяльність вимагає більших обсягів землі, більш жорсткі вимоги до її якості та способів її обробки, ніж традиційне вирощування сільськогосподарських культур.

Однак, на жаль, світові земельні ресурси є досить обмеженими. Більшість кращих земель вже використовується для вирощування традиційних культур, що забирає можливості для вирощування органічної їжі. Проблема дефіциту землі також посилюється тим фактом, що багато країн втрачають свої земельні ресурси через забруднення довкілля, зміну клімату, розростання міст та інші проблеми. Наприклад, посухи, повені, зсуви ґрунту та інші кліматичні катастрофи можуть знизити родючість ґрунту та зменшити площу придатну для вирощування органічних культур.

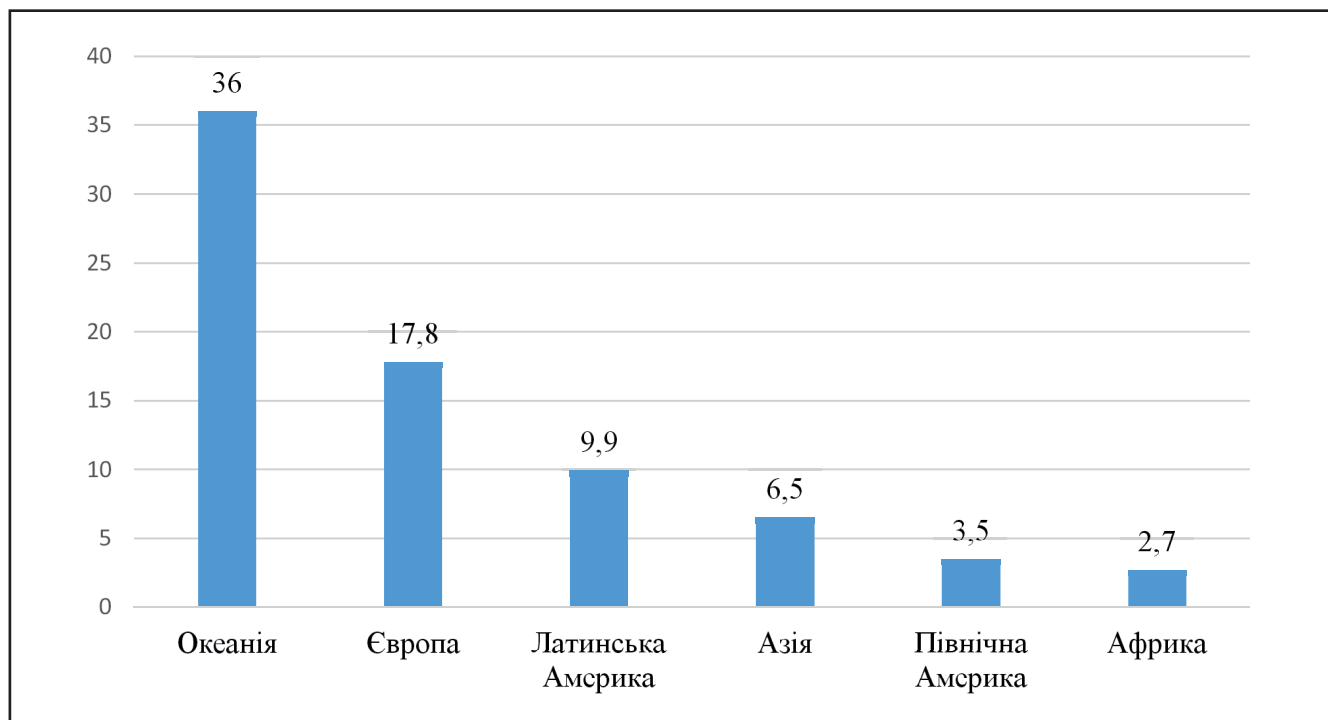


Рисунок 1. Органічні сільськогосподарські угіддя по регіонам світу в 2021 році, млн. га

Створено авторами за матеріалами [8]

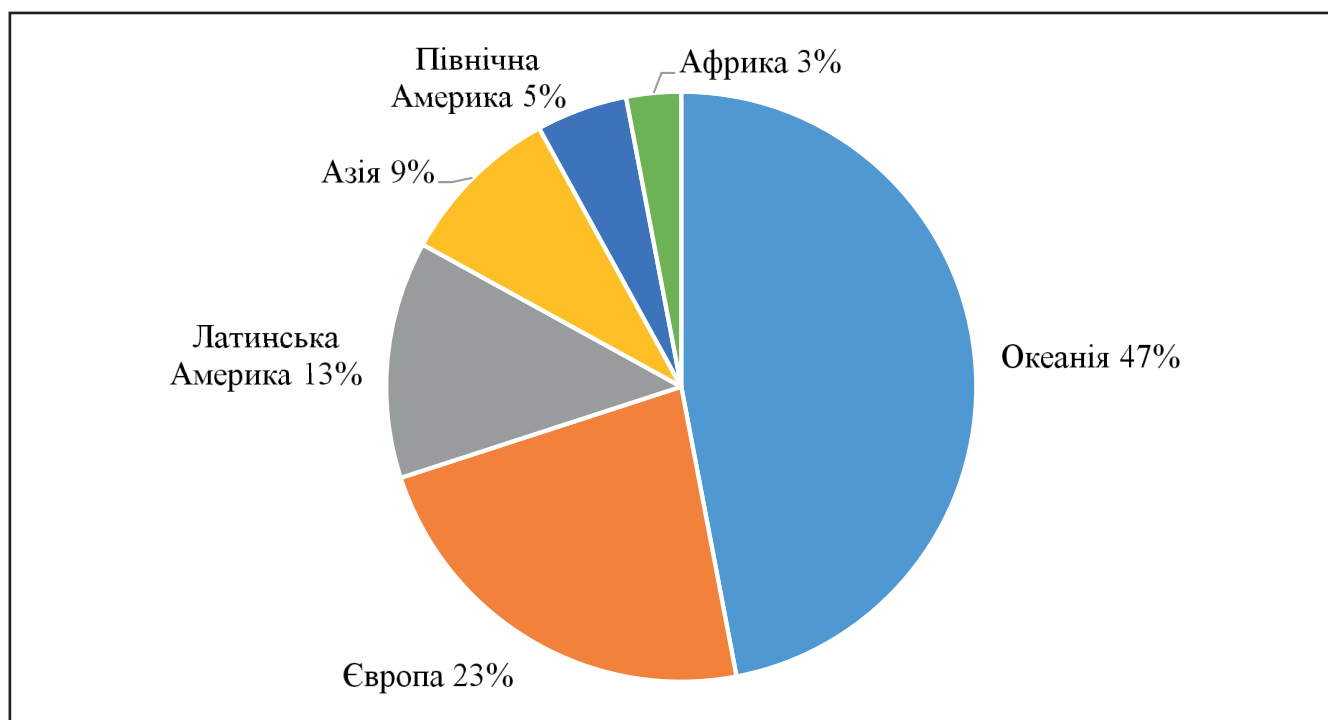


Рисунок 2. Розподіл органічних сільськогосподарських угідь по регіонам у 2021 році

Створено авторами за матеріалами [8]

Згідно звіту Дослідного інституту органічного сільського господарства [8], у 2021 році в усьому світі під управлінням органічного сільського господарства перебували 76,4 млн. гектарів землі, що на 1,7% більше ніж у попередньому році. Однак, це становить лише 1,6% від загальної площі сільськогосподарських угідь.

Згідно з даними, Океанія обробляє майже половину (47%) світових органічних сільськогосподарських угідь (рис. 1, 2). В Європі протягом багатьох років спостерігається постійний ріст обсягів органічних земель. В 2021 році Європа мала понад 23% світових органічних сільськогосподарських угідь.

В розрізі країн найбільшу кількість органічних сільськогосподарських угідь має Австралія (97%), більшість з яких складають великі сільськогосподарські пасовища. Аргентина посіла друге місце, за нею на третьому місці – Франція (рис. 3). Це спостерігається вперше, коли європейська країна посідає цю позицію. Далі слідує Китай, Уругвай, Індія, Іспанія, США, Італія та Німеччина. Десять країн із найбільшими органічними сільськогосподарськими землями мають загальну площу 59,6 млн. гектарів і складають майже 80% світових органічних сільськогосподарських угідь [8].

Як вже було зазначено, з країн Європи Франція має найбільшу кількість органічних сільськогосподарських угідь – майже 3 мільйони гекта-

рів. На другому місці знаходиться Іспанія з 2,64 млн. гектарів, а на третьому місці – Італія з 2,19 млн. гектарів. Україна в даному рейтингу займає 12-те місце з 0,42 млн. гектарів.

Що ж до світового рейтингу, то Україна посідає 20-те місце у світі за площею сільськогосподарських угідь, зайнятих під органічним виробництвом. Згідно звіту Міністерства аграрної політики та продовольства України [9], загальна площа сільськогосподарських земель в Україні становить 422 299 гектарів. У тому числі 370 110 гектарів займають сільськогосподарські землі з органічним статусом, решта – землі з перехідним статусом.

Найбільшу площу сільськогосподарських угідь з органічним та перехідним статусом – 61 677 га – має Херсонська область, що складає 14,60%. Далі – Тернопільська область (61 639 га) та Запорізька область (44 125 га), що займають відповідно 14,60% та 10,45% всіх українських сільськогосподарських земель для виробництва, вирощування органічних продуктів. Першу п'ятірку закривають Житомирська (38 665 га – 9,16%) та Черкаська (36 134 га – 8,56%) області (рис. 4).

У країнах з розвинутою економікою, таких як США, Європейський Союз та Японія, ринок органічної їжі зростає з кожним роком та стає все більш важливим. Проте, на деяких ринках, особливо в менш розвинених країнах, до яких відноситься

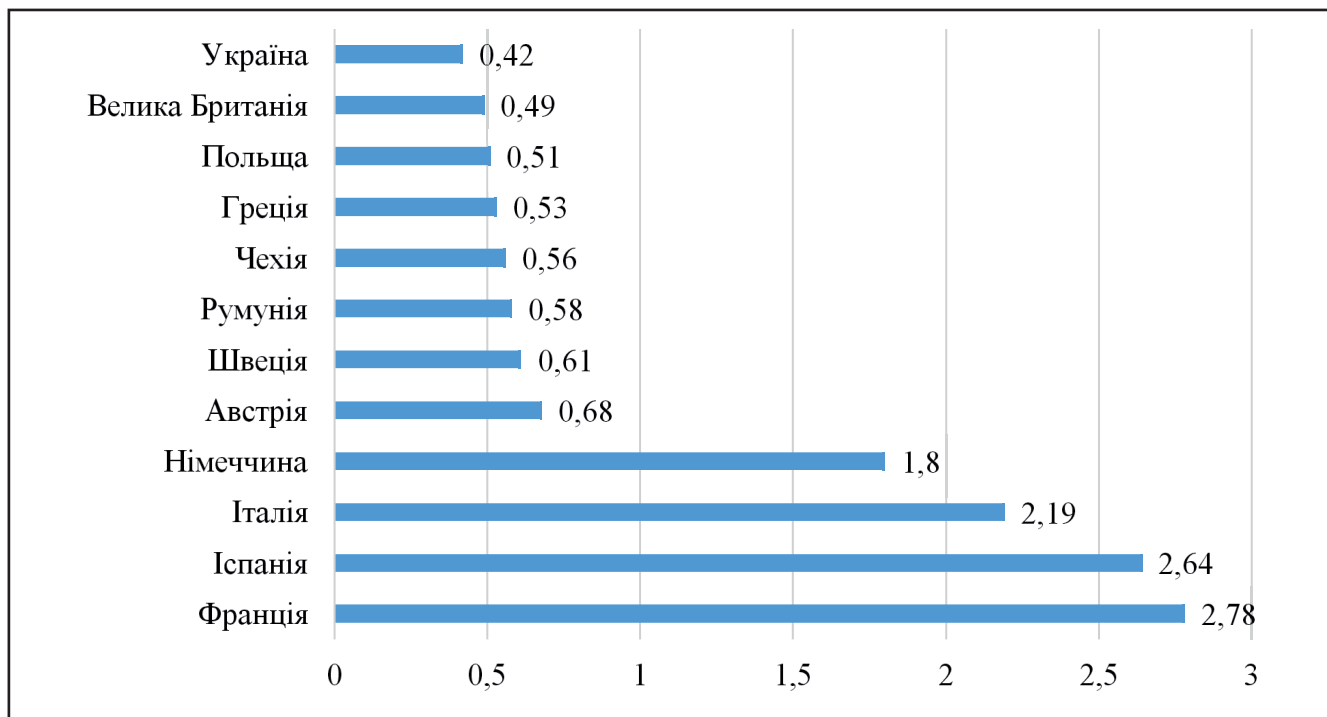


Рисунок 3. Топ-12 країн Європи з органічних сільськогосподарських угідь в 2021 р., млн. га
Створено автором за матеріалами [8]

і Україна, органічна їжа може бути досить дорогим продуктом, і не кожен споживач може собі дозволити її купувати регулярно. Це на жаль, є фактором, що стримує розвиток вітчизняного ринку здорової екологічно чистої органічної продукції.

У середньому, органічні продукти коштують на 15–30% дорожче за звичайні, а в деяких випадках – удвічі дорожче, оскільки вирощування органічних культур вимагає більшої уваги до деталей та більшої ручної праці. Крім того, фермери, які вирощують органічну продукцію, зазвичай використовують більш дорогі органічні добрива та пестициди, щоб зберігати ґрунт і рослини здоровими без використання штучних хімікатів. Органічні культури також зазвичай вирощують на менших ділянках землі, що зменшує врожайність та збільшує витрати на землю.

Тому, одним з важливих наукових завдань є розробка та впровадження нових технологій вирощування органічної їжі, які б дозволили збільшити її виробництво та знизити ціну. Це б збільшило доступність органічної їжі для споживачів з обмеженим бюджетом. Для цього мають бути розроблені державні програми підтримки органічного виробництва суб'єктів малого та середнього бізнесу, заохочення створення мереж малих магазинів, які спеціалізуються на продажі органічної їжі. Крім того, важливо також проводити інформа-

ційну роботу серед споживачів, особливо молоді, щодо збільшення їх усвідомлення відносно важливості споживання здорової їжі.

Дефіцит земельних ресурсів для вирощування органічної їжі є серйозною проблемою, яку треба вирішувати. Необхідно знаходити нові підходи до вирощування органічної їжі, які зменшать залежність від землі та збільшать її ефективність. Ринок органічної їжі має великий потенціал розвитку, проте для його реалізації потрібні нові наукові технології та практичні заходи, які допоможуть збільшити виробництво, знизити ціни та зробити органічну їжу більш доступною для споживачів.

Розвиток органічного сектору є особливо важливим та перспективним для вітчизняних аграріїв, споживачів та держави в цілому, особливо в контексті забезпечення продовольчої безпеки, здорового харчування та збереження навколишнього природного середовища. Тому Україні слід активно працювати в напрямку створення належного правового забезпечення діяльності органічних виробників, а також запровадження чіткої та ефективної системи їх державної підтримки як на регіональному, так і на національному рівнях.

У будь-якому випадку, зростання свідомості споживачів про переваги органічної їжі, а також збільшення кількості сертифікованих продуктів органічного виробництва сприяє розвитку рин-

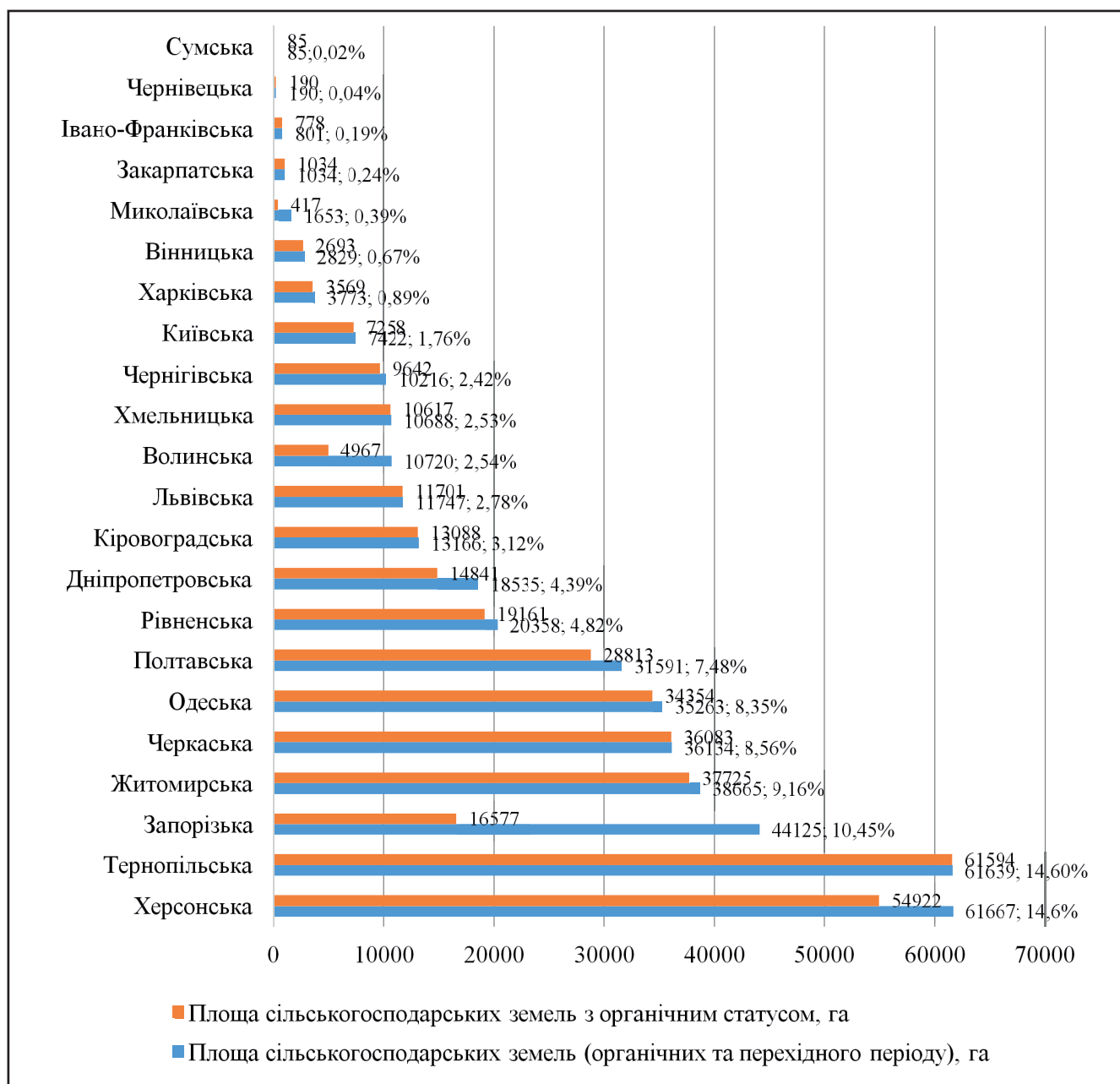


Рисунок 4. Площа органічних сільськогосподарських земель України по областях у 2021 році
Створено авторами за матеріалами [9]

ку органічних продуктів і допомагає забезпечити споживачам доступ до якісної та безпечної їжі.

Висновки

Отже, за результатами дослідження можемо стверджувати, що ринок органічної їжі має високий потенціал та перспективи для подальшого розвитку, оскільки зростає попит на органічні продукти внаслідок збільшення свідомості споживачів про переваги здорового способу життя та сталого розвитку. Однак, деякі проблеми щодо виробництва та нестачі земельних ресурсів можуть ускладнити подальший розвиток ринку.

Список використаних джерел

1. Organic Foods and Beverages: Global Strategic Business Report, 2023. URL: https://www.researchandmarkets.com/reports/344081/organic_foods_and_beverages_global_strategic
2. Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» від 27.05.2022 р. № 2496-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
3. Наказ «Про затвердження державного логотипа для органічної продукції» від 14.08.2020 р. № z0261-19. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0261-19#Text>

4. Органік Стандарт, офіційний сайт. URL: <https://organicstandard.ua/>
5. BrandStory. Organic: ТОП-15 найвпізнаваніших органічних брендів України, 2021. URL: <https://brandstory.com.ua/rejtingi/organic-ua-top-15-najvpiznavanisih-organichnih-brendiv-ukraini>
6. Попри війну Україна експортувала до ЄС та Швейцарії на 13% більше органічної продукції, ніж у 2021-му році, – Тарас Висоцький. URL: <https://minagro.gov.ua/news/popri-vijnu-ukrayina-eksportovala-do-yes-ta-shvejcariyi-na-13-bilshe-organichnoyi-produkciyi-anizh-u-2021-mu-roci-taras-visockij>
7. Україна входить до п'ятірки лідерів-експортерів органічної продукції до ЄС, – Тарас Висоцький. URL: <https://minagro.gov.ua/news/ukrayina-vhodit-do-pyatirki-lideriv-eksporteriv-organichnoyi-produkciyi-do-yes-taras-visockij>
8. Willer, Helga, Bernhard Schlatter, and Jan Trógvnsek, (Eds.) (2023): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2023. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf>
9. Міністерство аграрної політики та продовольства України. Органічне виробництво в Україні, 2022. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>
10. Pruthvi, K.G., Madhu, S., & Subbaiah, D.C. (2019). Study on Organic Food Markets – An Ethical Perspective. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research, 6 (1), 542–546. URL: https://www.researchgate.net/publication/334450907_Study_on_Organic_Food_Markets_-_An_Ethical_Perspective
11. Grzybowska-Brzezinska, M.; Grzywinska-Rapca, M.; Zuchowski, I.; Borawski, P. Organic food attributes determining consumer choices. European Research Studies Journal 2017, 20, 164–176. URL: <https://ersj.eu/journal/635>
12. Tandon, A.; Jabeen, F.; Talwar, S.; Sakashita, M.; Dhir, A. Facilitators and inhibitors of organic food buying behavior. Food Quality and Preference 2021, 88. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329320303463?via%3Dihub>
13. Molinilo, S.; Vidal-Branco, M.; Japutra, A. Understanding the drivers of organic foods purchasing of millennials: Evidence from Brazil and Spain. Journal of Retailing and Consumer Services 2020, 52, 101926–101934. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698919301158?via%3Dihub>
14. С.Я. Берсуцька, Т.О. Козичева. Сучасний стан і перспективи розвитку ринку органічної продукції. Економічний вісник Донбасу 2020, 2(60) 165–172. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/171643>
15. О. Пенькова, В. Рибчак, Ю. Цимбалюк. Проблеми та перспективи розвитку українського ринку органічних продуктів харчування. Nauki Ekonomiczne 2018, 28, 139–152. URL: <https://czasopisma.mazowiecka.edu.pl/index.php/ne/article/view/542/528>

References

1. Organic Foods and Beverages: Global Strategic Business Report, 2023. URL: https://www.researchandmarkets.com/reports/344081/organic_foods_and_beverages_global_strategic
2. Law of Ukraine «On Basic Principles and Requirements for Organic Production, Circulation and Labeling of Organic Products» dated May 27, 2022 No. 2496–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2496-19#Text>
3. Order «On approval of the state logo for organic products» dated August 14, 2020 No. z0261–19. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0261-19#Text>
4. Organic Standard, official website. URL: <https://organicstandard.ua/>
5. BrandStory. Organic: TOP-15 most recognizable organic brands of Ukraine, 2021. URL: <https://brandstory.com.ua/rejtingi/organic-ua-top-15-najvpiznavanisih-organichnih-brendiv-ukraini>
6. Despite the war, Ukraine exported 13% more organic products to the EU and Switzerland than in 2021, Taras Vysotskyi. URL: <https://minagro.gov.ua/news/popri-vijnu-ukrayina-eksportovala-do-yes-ta-shvejcariyi-na-13-bilshe-organichnoyi-produkciyi-anizh-u-2021-mu-roci-taras-visockij>
7. Ukraine is among the top five exporters of organic products to the EU, – Taras Vysotskyi. URL: <https://minagro.gov.ua/news/ukrayina-vhodit-do-pyatirki-lideriv-eksporteriv-organichnoyi-produkciyi-do-yes-taras-visockij>
8. Willer, Helga, Bernhard Schlatter, and Jan Trógvnsek, (Eds.) (2023): The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2023. Research Institute of Organic Agriculture FiBL, Frick, and IFOAM – Organics International, Bonn. URL: <https://www.fibl.org/fileadmin/documents/shop/1254-organic-world-2023.pdf>
9. Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine. Organic production in Ukraine, 2022. URL: <https://minagro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>

gro.gov.ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini

10. Pruthvi, K.G., Madhu, S., & Subbaiah, D.C. (2019). Study on Organic Food Markets – An Ethical Perspective. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6 (1), 542–546. URL: https://www.researchgate.net/publication/334450907_Study_on_Organic_Food_Markets_-_An_Ethical_Perspective

11. Grzybowska-Brzezinska, M.; Grzywinska-Rapca, M.; Zuchowski, I.; Borawski, P. Organic food attributes determining consumer choices. *European Research Studies Journal* 2017, 20, 164–176. URL: <https://ersj.eu/journal/635>

12. Tandon, A.; Jabeen, F.; Talwar, S.; Sakashita, M.; Dhir, A. Facilitators and inhibitors of organic food buying behavior. *Food Quality and Preference* 2021, 88. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0950329320303463?via%3Dihub>

13. Molinilo, S.; Vidal-Branco, M.; Japutra, A. Understanding the drivers of organic food purchasing among millennials: Evidence from Brazil and Spain. *Journal of Retailing and Consumer Services* 2020, 52, 101926–101934. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969698919301158?via%3Dihub>

14. S.Ya. Bersutska, T.O. Kozycheva. The current state and prospects for the development of the market of organic products. *Economic Bulletin of Donbas* 2020, 2(60) 165–172. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/handle/123456789/171643>

15. O. Penkova, V. Rybchak, Yu. Tsymbalyuk. Problems and prospects of the development of the Ukrainian organic food market. *Nauki Ekonomiczne* 2018, 28, 139–152. URL: <https://czasopisma.mazowiecka.edu.pl/index.php/ne/article/view/542/528>

Дані про авторів

Ткаченко Ольга Миколаївна,

к. е. н., доцент, доцент. кафедри економіки і права, Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

e-mail: 1444563@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0002-1468-8091>

Гаркавенко Ірина Олександрівна,

здобувачка вищої освіти (перший освітньо-науковий рівень), О51 Економіка, Національний університет харчових технологій, Київ, Україна

e-mail: garkavenko.ira10@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0005-4843-6529>

Бондар Світлана Андріївна,

асист. кафедри інженерної геодезії, Київський національний університет будівництва і архітектури, Київ, Україна

e-mail: bondar.sa@knuba.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-9378-6588>

Data about the authors

Olga Tkachenko,

Assoc. Prof., Assoc. Prof. of the Department of Economics and Law, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

e-mail: 1444563@ukr.net

Iryna Harkavenko,

Undergraduate student, O51 Economics, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: garkavenko.ira10@gmail.com

Svitlana Bondar,

Asst. Prof., Asst. Prof. of the Department of Engineering Geodesy, Kyiv National University of Construction and Architecture, Kyiv, Ukraine

e-mail: bondar.sa@knuba.edu.ua

УДК 330.12:339.372.84:33.025.12:005.5-047.64

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087810>

КОЛОДІЙЧУК А. В.
ВАЖИНСЬКИЙ Ф. А.

Практичні аспекти забезпечення контролінгом реалізації контрольної функції управління

Предметом дослідження є практичні аспекти забезпечення контролінгом реалізації контрольної функції управління.

Метою дослідження є виявлення прикладних аспектів забезпечення контролінгом здійснення функції контролю в управлінні.

Методи дослідження. У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті визначені аспекти контролю у системі контролінгу в управлінні торговельними мережами. Виділені види контролінгу та аналізу в контролінгу в управлінні торговельними мережами. Визначено ряд критеріїв, які характеризують рівень ефективності організації контролю в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами. Окреслені основні особливості контролю, що здійснюється службою контролінгу суб'єкта мережевого торговельного підприємства.

Висновки. Контроль в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами можливо розглядати в двох аспектах: безпосередньо контроль господарської діяльності та управління – контроль дотримання суб'єктом мережевого торговельного бізнесу встановленої системи цілі та контроль ефективності реалізації управлінських функцій, контроль ефективності управління за його основними аспектами, контроль ефективності управлінської діяльності за її основними функціональними напрямками, контроль ефективності функціонування механізму управління, встановлення причин виявлених відхилень та недоліків в діяльності суб'єкта мережевого торговельного бізнесу у його зовнішньому та внутрішньому середовищі; підтримка реалізації контрольної функції управління торговельною мережею – аналіз існуючої в мережі практики контрольної діяльності, розробка пропозицій щодо удосконалення контролю з метою його координації, формування необхідного для ефективного контролю інформаційного забезпечення, пошук та обґрунтування найбільш ефективних методів і прийомів контролю та аналізу для менеджерів торговельної мережі всіх рівнів відповідно до специфіки здійснюваної ними управлінської діяльності та складу виконуваних ними управлінських функцій.

Ключові слова: торговельні мережі, підприємство, контроль, менеджмент, ефективність, інформація, конкурентоспроможність, інновації, ринок, фінанси.

KOLODIYCHUK A. V.
VAZHYNSKYI F. A.

Practical aspects of ensuring the controlling of the implementation of the control function of management

The subject of the study is the practical aspects of ensuring the implementation of the control function of management by controlling.

The purpose of the study is to identify applied aspects of ensuring the implementation of the control function in management by controlling.

Research methods. The work uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, and the method of summarizing data.

Work results. The article defines aspects of control in the controlling system in the management of trade networks. Types of controlling and analysis in controlling in the management of trade networks are selected. A number of criteria have been determined that characterize the level of effectiveness of the control organization in the controlling system in the management of trade networks. The main features of the control that carried out by the controlling service of the subject of network for trade entrepreneurship are outlined.

Conclusions. Control in the system of controlling in the management of trade networks can be considered in two aspects: direct control of economic activity and management – control of compliance by the entity of the network for trade business with the established system of goals and control of the effectiveness of the implementation of management functions, control effectiveness of management in its main aspects, control of the effectiveness of management activity in its main functional directions, control of the effectiveness of the functioning of the management mechanism, establishing the causes of detected deviations and deficiencies in the activities of the subject of network trade business in its external and internal environment; support for the implementation of the control function of the management of the trade network – the analysis of the control activity existing in the network, the development of proposals for the improvement of control for the purpose of its coordination, the formation of the necessary information support for effective control, the search and justification of the most effective methods and techniques of control and analysis for managers of the trade network at

all levels in accordance with the specifics of their management activities and the composition of their management functions that they carry out.

Keywords: *trade networks, enterprise, control, management, efficiency, information, competitiveness, innovations, market, finance.*

Постановка проблеми. Посилення конкуренції на ринку торговельних послуг, нестабільність зовнішнього середовища, ускладнення господарських зв'язків торговельних мереж ускладнюють торговельний менеджмент, що вимагає впровадження нових інструментів управління, що дозволяють будувати стратегію в умовах невизначеності. Одним із новітніх підходів, якому належить провідне місце серед сучасних інструментів управління, є контролінг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні й методологічні аспекти організації і функціонування контролінгу на підприємствах висвітлені у працях українських науковців О.В. Оліфірова, С.Н. Петренко, М.С. Пушкаря, О.О. Терещенка, М.Г. Чумаченка, Л. І. Федулової та ін.; зарубіжних – А. Беккера, Б. Вурма, А. Дайле, Е. Майера, Д. Хана, П. Хорвата, Х. Хунгенберга та ін. Однак, ґрунтовні наукові розробки щодо контролінгу в управлінні торговельними мережами та його особливостей в мережевому торговельному бізнесі недостатньо обґрунтовані і тому потребують подальших досліджень.

Мета статті – виявлення прикладних аспектів забезпечення контролінгом здійснення функції контролю в управлінні.

Виклад основного матеріалу. Виходячи із сучасного розуміння сутності контролінгу в управлінні торговельними мережами, а також спираючись на результати критичної оцінки існуючих на сьогодні поглядів вітчизняних та зарубіжних науковців, контроль у системі контролінгу в управлінні торговельними мережами слід розглядати у двох аспектах:

- безпосередньо контроль господарської діяльності та управління торговельною мережею – контроль дотримання мережею встановленої системи цілі та контроль ефективності реалізації управлінських функцій, контроль ефективності управління за його основними аспектами, контроль ефективності управлінської діяльності за її основними функціональними напрямками, контроль ефективності функціонування механізму управління, встановлення причин виявлених відхилень та недоліків в діяльності суб'єкта мереже-

вого торговельного підприємства у його зовнішньому та внутрішньому середовища;

- підтримка реалізації контрольної функції управління торговельною мережею – аналіз існуючої в мережі практики контролю, розробка пропозицій щодо удосконалення контролю з метою його координації, формування необхідного для ефективного контролю інформаційного забезпечення, пошук та обґрунтування найбільш ефективних методів та прийомів контролю та аналізу для менеджерів всіх рівнів відповідно до здійснюваної ними діяльності та виконуваних функцій.

Отже, подальше дослідження проблем контролю в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами доцільно розглядати в розрізі визначених аспектів. Першим аспектом є безпосередньо контроль господарської діяльності та управління торговельною мережею.

Одним з найважливіших напрямів контролю та аналізу, який здійснюється службою контролінгу, є перспективний контроль та аналіз, який є галуззю економічного аналізу, що відноситься до аналізу майбутньої господарської діяльності торговельної мережі. В умовах контролінгу в торговельних мережах перспективний аналіз полягає в прогнозуванні майбутніх результатів господарської діяльності суб'єкта мережевого торговельного бізнесу та оцінка реальності запропонованої власниками та менеджерами торговельної мережі системи цілей. Сучасна наука розрізняє ще два види контролю: поточний і наступний (заключний, підсумковий) [10]. Завданням поточного контролю діяльності суб'єктів підприємства є постійне вимірювання внутрішніх та зовнішніх можливостей діяльності, а завданням наступного – оперативне виявлення недоліків, прогнозування тенденцій та своєчасне реагування на них. Розрізняють також види контролю залежно від джерела використовуваної ним інформації: документальний та візуальний. Документальний контроль передбачає використання інформації, що наведена у заздалегідь сформованих документах про здійснені господарські операції суб'єкта мережевого торговельного бізнесу: плани, договори, нормативи звіти про ви-

конання бюджетів, фінансова звітність та інше. Візуальний, або натуральний контроль в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами передбачає безпосередній збір контролером інформації про стан об'єкту контролю: огляд, вимірювання та інше.

Залежно від масштабу охоплення контролем певного об'єкта в науковій літературі розрізняють: суцільний або вибіркового контроль [11], які відповідно передбачають суцільне охоплення об'єкту контролю та контроль тільки тих операцій, які мають велике значення для забезпечення досягнення суб'єктом мережевого торговельного підприємства встановлених цілей.

Узагальнюючи викладене, можна здійснити виділення видів контролю та аналізу в контролінгу в управлінні торговельними мережами залежно від спрямованості контролю (перспективний, поточний, наступний); залежно від функціональних напрямків контролю (контроль торгівлі, контроль маркетингу, контроль фінансів, кадровий контроль); залежно від джерела отримання інформації для контролю (документальний та візуальний контроль); залежно від масштабу охоплення об'єкта контролю (суцільний та вибіркового).

Розрізняють такі форми контролю: механістичну та органістичну. Механістична форма передбачає централізацію управління та, відповідно, централізацію контрольних систем підприємства, тобто, на нижніх рівнях керівництва об'єкти контролю є більш деталізованими, а на вищих рівнях об'єкти контролю мають більш агрегований характер. Органістична форма контролю використовується переважно на підприємствах, що ведуть свою господарську діяльність у швидкозмінних умовах економіки й розвитку технологій та передбачає децентралізацію контрольних систем управління суб'єктом господарювання чим забезпечується горизонтальний рух інформації.

Можна визначити ряд критеріїв, які характеризують рівень ефективності організації контролю в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами: прозорість; відповідність загальним принципам управління; концентрація уваги контролю на найважливіших аспектах діяльності; попередження відхилень та їх негативних наслідків; гнучкість; узгодженість з цілями та завданнями торговельної мережі; системність та комплексність; постійність (неперервність); орієнтованість на ризики діяльності торговельної

мережі; чітка регламентованість контрольної діяльності.

Основними особливостями контролю, що здійснюється службою контролінгу суб'єкта мережевого торговельного підприємства є такі: проводиться всередині суб'єкта мережевого торговельного підприємства його фахівцями – співробітниками служби контролінгу; увага контролю в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами спрямована не тільки на внутрішнє середовище суб'єкта мережевого торговельного бізнесу, але й на його зовнішнє середовище; організовуються виключно за рішенням власника торговельної мережі або її вищого керівництва; витрати на проведення фінансуються за рахунок коштів суб'єкта мережевого підприємства; контроль в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами носить переважно вибіркового характер, приділяючи основну увагу параметрам діяльності визначеним за системою ключових показників.

Наступним аспектом контролю в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами є підтримка реалізації контрольної функції управління торговельною мережею. Даний аспект є важливим, оскільки від того, наскільки ефективно відбувається реалізація контрольної функції на всіх рівнях управління суб'єктом мережевого торговельного підприємства залежить ефективність діяльності торговельної мережі в цілому та окремих її структурних підрозділів. На вибір та обґрунтування способів, методів і процедур контролю впливають різноманітні фактори зовнішнього й внутрішнього середовища, до основних з яких слід віднести: рівень стабільності факторів зовнішнього середовища; зміст та особливості основної діяльності торговельної мережі; зміст та особливості бізнес-процесів; послідовність реалізації бізнес-процесів та інші.

Висновки

Контроль в системі контролінгу в управлінні торговельними мережами можливо розглядати в двох аспектах: безпосередньо контроль господарської діяльності та управління – контроль дотримання суб'єктом мережевого торговельного бізнесу встановленої системи цілі та контроль ефективності реалізації управлінських функцій, контроль ефективності управління за його основними аспектами, контроль ефектив-

ності управлінської діяльності за її основними функціональними напрямками, контроль ефективності функціонування механізму управління, встановлення причин виявлених відхилень та недоліків в діяльності суб'єкта мережевого торговельного бізнесу у його зовнішньому та внутрішньому середовищі; підтримка реалізації контрольної функції управління торговельною мережею – аналіз існуючої в мережі практики контрольної діяльності, розробка пропозицій щодо удосконалення контролю з метою його координації, формування необхідного для ефективного контролю інформаційного забезпечення, пошук та обґрунтування найбільш ефективних методів і прийомів контролю та аналізу для менеджерів торговельної мережі всіх рівнів відповідно до специфіки здійснюваної ними управлінської діяльності та складу виконуваних ними управлінських функцій.

Список використаних джерел

1. Береза А. М. Основи створення інформаційних систем: навч. посіб. К.: Київський національний економічний університет, 2001. 214 с.
2. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. Львів: РВВНЛТУ України. 2009. Вип. 19 (1). С. 125–130.
3. Гаврилко П.П., Колодійчук А.В., Каганець–Гаврилко Л.П., Гуштан Т.В., Крамченко Р.А. Конкурентні технології в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2023. 184 с.
4. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Черторижський В. М. Фактори інноваційного розвитку промисловості. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2011. Вип. 21 (11). С. 201–205.
5. Гаврилко П. П., Лалакулич М.Ю., Колодійчук А. В. Основні фактори виникнення кризових явищ на промислових підприємствах. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2012. Вип. 22.4. С. 158–164.
6. Колодійчук А. В. Інноваційний розвиток промисловості: завдання управління при врахуванні умов недосконалої конкуренції: монографія. Львів: Ліга–Прес, 2015. 324 с.
7. Колодійчук А. В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. №5/1(132). С. 58–62.
8. Колодійчук А. В., Пісний В. М. Особливості функціонування машинобудівних підприємств на сучасно-

му етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (13). С. 172–178.

9. Колодійчук А. В., Пісний В. М., Семчук Ж. В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (9). С. 191–196.

10. Мартиненко М. М. Основи менеджменту: підручник. К.: Каравела, 2005. 496 с.

11. Новіков Б. В., Сініок Г. Ф., Круш П. В. Основи адміністративного менеджменту: навч. посіб. К.: Центр навч. літ., 2004. 560 с.

12. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (8). С. 183–187.

13. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (10). С. 222–227.

References

1. Bereza, A. M. (2001). *Osnovy stvorennya informatsiynykh system* [Fundamentals of information systems creation]: Manual. Kyiv: Kyiv National University of Economics. [in Ukrainian].
2. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2009). *Marketynhovi doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv* [Marketing research in the system of competitiveness management of enterprises]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (1) (pp. 125–130). [in Ukrainian].
3. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Kahanets–Havrylko, L. P., Hushtan, T. V., & Kramchenko R. A.. (2023). *Konkurentni tekhnolohiyi v mizhnarodniy ekonomitsi* [Competitive technologies in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].
4. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., & Chertoryzhskyy, V. M. (2011). *Factory innovatsiynoho rozvytku promyslovosti* [Factors of innovation development of industry]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 21 (11) (pp. 201–205). [in Ukrainian].
5. Havrylko, P. P., Lalakulych, M. Yu., & Kolodiychuk, A. V. (2012). *Osnovni factory vynyknennya kryzovykh yavlyshch na promyslovykh pidpryyemstvakh* [The main factors of emergence of crisis phenomena in industrial enterprises]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 22 (4) (pp. 158–164). [in Ukrainian].

6. Kolodiychuk, A. V. (2015). Innovatsiyyny rozvytok promyslovosti: zavdannya upravlinnya pry vrakhuvanni umov nedoskonaloyi konkurentsii [Innovative development of industry: the tasks of management taking into account the conditions of imperfect competition]. Lviv: League Press. [in Ukrainian].

7. Kolodiychuk, A. V. (2012). Informatsiya yak faktor innovatsiynoho rozvytku ekonomiky [Information as a factor of innovation development of the economy]. In Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini [Formation of market relations in Ukraine]: Vol. 5/1 (132) (pp. 58–62). [in Ukrainian].

8. Kolodiychuk, A. V., & Pisnyy, V. M. (2009). Osoblyvosti funktsionuvannya mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy [Features of functioning of machine-building enterprises at the current stage of development of the economy of Ukraine]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (13) (pp. 172–178). [in Ukrainian].

9. Kolodiychuk, A. V., Pisnyy, V. M., & Semchuk, Zh. V. (2009). Sutnist' innovatsiy, struktura ta osnovni etapy innovatsiynoho protsesu [The essence of innovation, the structure and the main stages of the innovation process]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (9) (pp. 191–196). [in Ukrainian].

10. Martynenko, M. M. (2005). Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of management]: Textbook. Kyiv: Karavela. [in Ukrainian].

11. Novikov, B. V., Siniok, H. F., & Krush, P. V. (2004). Osnovy administratyvnoho menedzhmentu [Fundamentals of administrative management]: Tutorial. Kyiv: Center of Educational Literature. [in Ukrainian].

12. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Teoretychni aspekty upravlinnya konkurentospromozh-

nistyu pidpryyemstv [Theoretical aspects of enterprise competitiveness management]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (8) (pp. 183–187). [in Ukrainian].

13. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Upravlinnya konkurentospromozhnistyu mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy [Management of competitiveness of machine-building enterprises at the present stage of development of Ukrainian economy]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (10) (pp. 222–227). [in Ukrainian].

Дані про авторів

Колодійчук Анатолій Володимирович,

к.е.н., доцент, Ужгородський торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

e-mail: kolodiychuka@i.ua

Важинський Федір Анатолійович,

к. е. н., старший науковий співробітник, ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долишнього НАН України»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Data about the authors

Anatoliy Kolodiychuk,

Ph.D. of Economics, Associate Professor, Uzhhorod Institute of Trade and Economics of the State University of Trade and Economics

e-mail: kolodiychuka@i.ua

Fedir Vazhynskyy,

Ph.D., Senior Researcher SI «Institute of Regional Research n.a. M. I. Dolishniy of the NAS of Ukraine»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

УДК 658.336

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087819>

ПЕТРИНЯК У. Я.

Механізми розвитку креативності в бізнесі

Предметом дослідження. У статті проаналізовано механізми розвитку креативності в бізнесі, де частина інтелектуальних і творчих ресурсів інвестується в галузі, де нематеріальні результати є «реальними» і значними.

Методи дослідження Досліджено, що креативна економіка – це особливий сектор економіки, в якому ринки в залежності від класифікаційних факторів об'єднує одна спільна риса – вони базуються на використанні знань персоналу у продукуванні нових і креативних продуктів, де продукти креативної економіки – це товари та послуги, поява яких неможлива без активного залучення їх творця.

Результати роботи. Визначено, що джерелом поширення креативності в бізнесі є інтелектуальні ресурси, інновації та глобалізаційні процеси – це один із інтенсивно зростаючих секторів економіки не тільки з точки зору отримання доходу, але і створення робочих місць і експортних надходжень.

Висновки. На основі проведеного дослідження менеджмент бізнес – структур як ефективний механізм креативного розвитку описує вплив побудови механізмів бізнесу на споживання ресурсів, враховуючи також основні економічні чинники, з описом на ключові можливі наслідки бізнес-структур на основі креативності для економіки України.

Ключові слова: бізнес-структури, креативність, управління, менеджмент.

PETRYNYAK U. Ya.

Mechanisms of creativity development in business

The subject of the study. The article analyzes the mechanisms of creativity development in business, where a part of intellectual and creative resources is invested in industries where intangible results are "real" and significant.

Research methods. It has been studied that the creative economy is a special sector of the economy, in which the markets, depending on the classification factors, are united by one common feature – they are based on the use of personnel knowledge in the production of new and creative products, where the products of the creative economy are goods and services, the emergence which is impossible without the active involvement of their creator.

Work results. It was determined that intellectual resources, innovations and globalization processes are the source of the spread of creativity in business – this is one of the intensively growing sectors of the economy not only from the point of view of income generation, but also the creation of jobs and export revenues.

Conclusions. Based on the conducted research, the management of business structures as an effective mechanism of creative development describes the impact of building business mechanisms on resource consumption, taking into account the main economic factors, with a description of the key possible consequences of business structures based on creativity for the economy of Ukraine.

Key words. business structure, creativity, management, management.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день, в умовах вторгнення Росії на територію України, важливим аспектом «життя» персоналу будь-якої бізнес-структури є впевненість у своїй безпеці. Але не менш важливим є забезпечення економічної безпеки підприємств, враховуючи негативний вплив війни. Саме тому важливо розуміти наскільки для економіки держави є регіони з сильними брендами, що здатні ефективніше будувати економічну вартість і експортувати власні туристичні послуги, залучаючи інвестиції та будувати власні конкурентні переваги на основі креативності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання економічної ефективності креативності в бізнесі розглянуті в роботах багатьох вчених, як вітчизняних, так і європейських: Р. Флоріда, Дж. Ведермеєра, Г. Еванса, С. Васильчак, О. Дорошенко, М. Б. Гнедовського, Ф. Заставного, В. Куценко, В. І. Пили, В. Білошапки, М. Хеммерта, Т. Туєна, В. Чала та інших.

Бізнес домінує перед викликами суспільства щодо лідерства на ринку, управління інноваціями, а також продуктивністю персоналу, тому ці завдання неможливо вирішити без креативності у діяльності будь-якого підприємства. Бізнес – структури на основі креативності – динамічні та багатогранні, а їх конкурентною перевагою є ідея розробки нових продуктів на ринку, генеруючи та впроваджуючи їх. Креативний бізнес – це такий тип організації, який утворився із розвинутих форм класичного інноваційного бізнесу та відображає сучасний стан НТР. Основна роль належить людським ресурсам підприємств, бо їх інтелектуальні здібності є важливим фактором для створення нових ідей, щодо інноваційних процесів.

Але, деякі автори, що займаються проблематикою менеджменту на основі креативності, вважають, що менеджмент як ефективний інструмент креативного розвитку бізнес-структур здійснюється на рівні регіону, та відображає у собі специфіку та особливості того чи іншого регіону. Інші

акцентують увагу на тому, що менеджмент (зокрема, менеджмент підприємства) покликаний покращити її імідж, залучити інвесторів.

Виклад основного матеріалу. Перетин бізнесу та інновацій створюють нові бізнес-моделі підприємства, сприяючи соціально – економічному розвитку креативної економічної системи. З підвищення рівня життя, переходом персоналу до дистанційної форми роботи деяких сфер діяльності, зростання їх до самостійності, головним фактором стають характеристики інтелектуальності потенціалу працівників підприємств в порівнянні з матеріальними ресурсами, що відіграють важливу роль в ефективності економічної системи. Щоб ефективно просувати менеджмент бізнес-структур необхідно знати:

1. Який персонал, підприємства залучений в процес ухвалення рішення щодо вибору управління та яка їх роль у даному процесі?

2. Як використовуються критерії оцінки менеджменту бізнес-структур ними?

3. Які типові бізнес-моделі, стереотипи, прийоми ініціювання, впливу і прийняття рішення щодо вибору управлінського персоналу?

Одне з важливих питань менеджменту бізнес-структур – це осмислення як і на якій підставі здійснюють вибір їх споживачі: реальні і потенційні. У маркетингу відомі шість основних категорій осіб, які беруть участь у процесі прийняття рішення (управління), що впливають на нього. Серед них:

1. Ініціатор – суб'єкт, який першим зрозумів проблему, потребу, або можливість і здійснює перші, найчастіше попередні дії, наприклад: збір інформації. Ініціаторами можуть бути громадські організації та діячі, окремі громадяни, представники науки, органів статистики.

2. Особа впливу – особа, яка залучається на деякій стадії в ухвалення рішень, обробляє інформацію і робить деякий вплив на рішення. Серед інших тут журналісти, в цілому засоби масової інформації.

3. Особа, що приймає рішення – особа (орган), що має владу, повноваження, щоб прийняти остаточне або хоча б необхідне проміжне рішення (наприклад, винести варіанти вирішення проблеми на обговорення, референдум).

4. Особа, яка затверджує вирішення – той, чие схвалення, санкція потрібно для вступу рішення в силу, і хто може скасувати рішення.

5. Покупець – особа, орган, які реалізують прийняте рішення, використовуючи для цього наявні в них ресурси.

6. Користувач – суб'єкт, який споживає, використовує кінцевий територіальний продукт або послугу. [7, с. 14].

Особлива роль у вирішенні креативних рішень відводиться органам місцевого самоврядування, а також використанню місцевих активів та зміцнення внутрішнього потенціалу. Варто врахувати, що здійснення органами місцевого самоврядування управлінських заходів може бути ефективним за співпраці влади, бізнесу та населення. В зв'язку з цим менеджмент бізнес-структур та його ресурси можна розглядати як своєрідний «товар», який може бути запропонований різноманітним «цільовим групам», як на зовнішніх (зовнішні інвестори, бізнес поза межами територіально громади, гості міста), так і внутрішніх ринках (населення, місцевий бізнес, внутрішні інвестори).

Беручи до уваги, різноманітність ринків та споживачів бізнес-структури кожної територіальної громади, виникає необхідність у розробці специфічних заходів для виявлення та задоволення зазначених потреб з використанням маркетингових, інноваційних технологій та інструментів. Розвиток менеджменту з елементами креативності не обмежується зростанням економічного потенціалу, оскільки повинен розглядатися в ширшому контексті ніж управління, та група людей, які мають спільне місце проживання, цілі та пов'язані між собою політичними, соціальними, економічними і комунікаційними зв'язками, а управління означає покращення загальної якості життя суспільства. Відповідно, менеджмент будь-якої бізнес-структури не може обмежуватися заходами, які підвищують інвестиційну привабливість її території, товару, персоналу та сприяють розміщенню і розвитку бізнесу.

Не менш важливим, на нашу думку, є розробка таких управлінських заходів, які дозволять покращити також соціальну, культурну та інші складові потенціалу територіальної громади. В Україні є величезна кількість підприємств, споруди яких є унікальними пам'ятками архітектури, та пов'язані з видатними людьми й подіями світового масштабу, але у зв'язку з воєнними діями втратили свою актуальність та привабливість як для іноземного інвестора так і пересічного громадянина. Руїнування та пошкодження інфраструктури

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

охоплює не лише виробничих об'єктів, суспільних інституцій, а й втрати людського капіталу та витрати ресурсів на військове протистояння. Тому, завданням бізнес політики в даному випадку є забезпечити привабливість територіальної громади не тільки для зовнішніх інвесторів, а і з точки зору комфортності проживання населення, а саме:

- забезпечення безпечного рівня якості життя населення;
- створення креативного іміджу підприємств;
- підвищення престижності бізнес-структур громади;
- збільшення інвестиційної привабливості території;
- підвищення конкурентоспроможності місцевого бізнесу;
- споживання місцевих товарів та послуг – як адекватне бізнес-рішення.

Але ключовою компетенцією підприємств є зовнішні інвестори, туристи та інші відвідувачі об'єктів бізнесу – тимчасові суб'єкти, а враховуючи вартість збитків і втрат від російської агресії, особливу увагу доцільно звернути на внутрішніх споживачів, населення та місцевий бізнес. Наприклад, політика місцевих органів управління має бути орієнтована на зменшення обсягів імпорту, що надходять до економіки громади, а саме: заохочення мешканців, підприємств та організацій купувати товари та послуги місцевого виробництва, а не отримувати їх ззовні. Такий підхід не лише зменшує грошовий вплив з економіки, а й зміцнює позиції місцевих виробників товарів та надавачів послуг. Прикладом стратегії перекривання каналів витікання є програми типу «Купуй місцеве», покликані заохотити споживачів купувати товари в місцевих крамницях. Ці програми також спонукають виробників та інші компанії купувати вхідні ресурси у громаді.

Іншим важливим фактором є те, що політика менеджменту формується під впливом креативності. Для підприємства – це його внутрішнє та зовнішнє середовище господарювання (тобто мікро та макро середовище). Для бізнес-структур перелік таких факторів ширший, оскільки на їх розвиток впливає стан природного, фізичного, людського, культурного та соціального капіталу. Зокрема, першочерговим є запровадження наступних механізмів розвитку креативності в бізнесі:

- запровадження безповоротної фінансової підтримки стартапів у сфері креативної еконо-

міки (наприклад, через Український фонд стартапів);

- розбудова мережі креативних хабів;
- здешевлення кредитів для суб'єктів на господарську діяльність у сфері креативної індустрії.

Креативні індустрії в Україні були визнані на урядовому рівні та включені до загальнодержавних стратегічних документів. Це, в свою чергу, вимагає детального вивчення:

- соціально-демографічних та економічних характеристик громади;
- природних, людських, матеріальних ресурсів;
- інфраструктури підприємств;
- стану комунікацій тощо (реклама, маркетинг, імідж, особисті контакти).

Креативні напрями, і відповідно розробка управлінських заходів залежать від стану розвитку бізнес-структури, яка має як позитивні так і негативні характеристики, де використовуються соціологічні методи дослідження. На рисунку 1 показано структурно – логічну концепцію реалізації стратегії маркетингу господарюючих суб'єктів, що є ефективним механізмом креативності бізнес-структур.

Основною метою маркетингу бізнес-структури туристичної галузі є – створення, розвиток та просування суспільного визнання позитивного іміджу свого «продукту». Європейський та вітчизняний досвід свідчить, що підприємства, які базуються на історії, архітектурі, географічному положенні, особливих природних та кліматичних умовах, місцевих звичаях та традиціях, менталітеті, часто спостерігаються як позитивні, так і негативні риси. Головним трендом у середовищі будь-якого підприємства є пошук креативних рішень для оптимізації працездатності трудового колективу. Характерно, що серед активності внутрішніх резервів персоналу, дієвим є розкриття та розвиток природної креативності, яка закладена в організмі. Тому виникає необхідність пошуку креативного персоналу, оскільки для успішного розвитку потрібно середовище креативних управлінців, і ресурси для його існування – природні, фінансові та інтелектуальні, що можуть конкурувати на ринку праці. Сучасна методологія менеджменту креативності в структурі управління знаннями розглядає два основних підходи – управління інформаційними технологіями та акумулювання наявних знань. Перший стосується переважно процедур розроблення та



Рисунк 1 Структурно-логічна концепція реалізації стратегії маркетингу як ефективний механізм креативності бізнес-структур

просування автоматизованих систем, програмного забезпечення і баз даних. У межах другого підходу актуалізуються інтелектуальні інструменти інформаційного трансферту, інтелектуальної співпраці та навчання персоналу [8].

Зокрема, сучасна система управління з кожним роком стає більш підприємницькою і вимагає нового рівня менеджменту, а саме: більш сфокусованої та комплексної державної політики щодо формування та розвитку креативної економіки на основі релевантних інструментів реагування. Для того, щоб підсилити привабливість своєї бізнес-структур, враховуючи креативність, органи місцевої влади повинні виробити стратегію маркетингу та менеджменту привабливості даної території, з системою безпеки, як одну із основних складових у воєнний час. Особливістю як маркетингу, так і менеджменту в управлінському середовищі є орієнтація на персонал, з врахуванням стилю життя, поведінки і потреб окремих категорій. В основу креативної стратегії закладено захо-

ди, що направлені на підвищення привабливості певного підприємства як для відвідування туристів, а також інвестування та праці. В цьому випадку суспільство розвиває особливі риси, які гарантують конкурентні переваги (історико-архітектурні об'єкти, розвиток культури та спорту, створення сприятливого бізнес-середовища та ін.).

Привабливість бізнес-структур для суспільства може забезпечуватися шляхом якісних туристичних послуг та послуг із оздоровлення. Маркетинг в поєднанні з менеджментом складається з чинників, що створюють креативний стиль будь-якої бізнес-структури населення та іноземців, утворюючи структурно-логічну концепцію реалізації маркетингу привабливості.

Ефективні управлінські моделі, які в умовах сьогодення розглядаються як організаційно-управлінські інновації і вважаються вже класичними в управлінні інноваційним розвитком і конкурентоспроможності підприємств є структурно-логічними, що видно з рисунку 2. Розглядаючи ме-

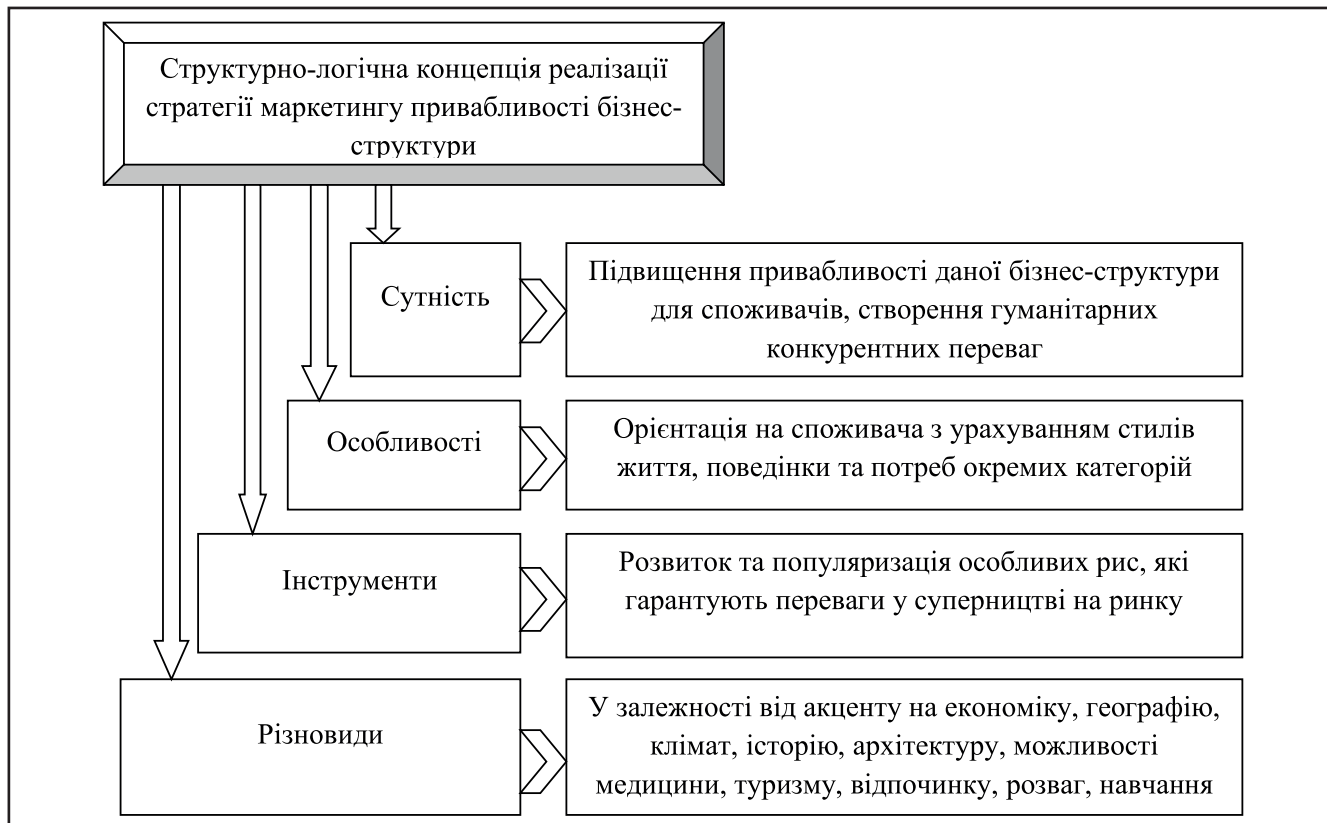


Рисунок 2. Структурно-логічна концепція реалізації маркетингу привабливості бізнесу

недждмент комунікацій підприємств – питання залучення громадян до місцевого самоврядування є пріоритетним, оскільки в цих сферах можна застосовувати однакові методи. Тому застосовуючи методи комунікацій важливо враховувати специфіку конкретної контактної аудиторії, які можна поділити на внутрішні та зовнішні. До внутрішніх можна віднести споживачів (зокрема й організації та групи мешканців), а також наявні в місті господарські суб'єкти (дуалістична роль мешканців, які є як споживачами, так і суб'єктами, котрі активно формують міське середовище). Варто зауважити, що на відміну від маркетингу, менеджмент є основою для створення та розвитку конкурентних переваг бізнес-структур.

У рамках креативного планування передбачається використання наявних переваг бізнесу (розташування, близькість основних ринків Європи, демографічні особливості, розвиненість інфраструктури, безпека). Виявляються фактори конкурентоспроможності, що відрізняють дану бізнес-структуру від інших, а також можливі нові чинники конкурентоспроможності, що формуються в процесі управління економічним розвитком. Основна їх перевага – нові місцеві переваги, такі як: розвинена ринкова інфраструктура, на-

явність комунікаційних ліній, безпека (особиста і бізнесу), розвиненість інститутів, що підтримують бізнес, наявність кваліфікованих кадрів, сприятливі (безпечні) умови для інвесторів.

Європейський досвід свідчить, що пошук відповідних ресурсів дозволяє виявити креативні характеристики підприємств, які привертають увагу зацікавлених осіб, для створення креативного «бренду» громади. Практика залучення інвестицій у громаду, відкриття нових підприємств, упровадження заходів з підвищення їх креативності свідчить, що діяльність має і негативні результати, такі як:

- Неготовність суспільства приймати «нове»;
 - виснаження робочої сили (сировинна виробнича база);
 - втрата робочих місць, у зв'язку з релокацією підприємств або закриття бізнесу на окупованих територіях;
 - втрата ідентичності та самобутності громади та ін.

Тому будь – які управлінсько – креативні заходи не повинні здійснюватися виключно органами місцевого самоврядування. Розробка політики, на наш погляд, має здійснюватися з залученням громадськості, а план щодо системи управління

має відображати ефективність роботи усіх бізнес елементів, а не окремих зацікавлених груп. Лідери місцевої влади та приватного сектору, повинні досягти консенсусу щодо пріоритетів майбутнього, і співпрацювати у здійсненні цих заходів, враховуючи велику кількість зацікавлених сторін: місцеві органи державної влади та органи місцевого самоврядування, бізнес, неурядові громадські організації, споживачі послуг, фінансові установи, навчальні заклади тощо. Кожна з цих груп має різну ступінь зацікавленості та рівень мотивації бути залученими до проекту з розвитку бізнес – структур туристичної галузі. Залежно від економічної та соціальної ситуації, відносин влади, стилю керівництва, тощо можливе створення:

- агентства місцевого розвитку, засновниками якого є представники різних секторів: влади, туристичного бізнесу та громадськості, наукових кіл, а також іноземні інвестори, з можливістю утворення та функціонування на засадах державно–приватного партнерства.

До діяльності зазначених організаційно–управлінських структур доцільно віднести:

- збір, облік та збереження необхідної інформації про ситуацію на підприємствах (громадах);
- рекламно–видавничу діяльність, вивчення споживчих ринків і основних споживачів товарів та послуг громади (громад);
- налагодження зв'язків з громадськістю;
- розробку та впровадження маркетингових програм і креативних проектів тощо.

Створення та підтримка високого рівня кваліфікації регіональних кадрів – також важливий фактор розвитку підприємництва туристичного регіону. Тому розвиток креативності менеджменту залежить від рівня кваліфікації працюючого персоналу, їх здібностей, навиків, а це визначається політикою стимулювання оплати праці кожного працівника індивідуально. Важливо, щоб нові робочі місця були високооплачуваними, вимагали високої кваліфікації і сприяли соціально–економічному відновленню не тільки туристичної галузі, але і країни в цілому.

Висновки

Домінуючими в сучасних умовах є фактори креативності, які створюють унікальні конкурентні переваги на ринку, а постійне зростання конкуренції, розробка нових видів продукції та послуг закликає бізнес до нового розвитку бізнес – структур, а та–

кож підходів та методів до управління цими структурами у туристичній галузі. Важливою перевагою сьогодні може виявитися ступінь безпеки (особистої та ведення бізнесу), враховуючи кризові явища в економіці та низьку ефективність впровадження державних та регіональних програм з економічного розвитку, через брак фінансових, матеріальних та інших ресурсів, в умовах воєнного стану в Україні, так як не можна розраховувати на залучення інвесторів в туристичний регіон з низьким рівнем безпеки. «Target marketing» – залучення бізнесу диференціюється у відповідності із особливостями територій: збереження існуючих підприємств та створення нових, туризм, експортне просування та іноземні інвестиції. Ця концепція заснована на аналізі конкуренції та позиціонування на ринку. Деструктивні наслідки війни проявляються як в економіці, так і у фінансовій системі країни, що веде збройну боротьбу, тому головним пріоритетом є креативна сфера діяльності підприємств з визначення можливих перспектив впровадження управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Васильчак С.В., Петриняк У.Я., Дубина М.П., Соловій С.Б. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності бізнес структур в умовах інтеграції до ЄС. Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. Київ, 2022. № 12 (259). С.5–12. URL: http://dndiime.org/wp-content/uploads/2023/03/12_2022.pdf
2. Васильчак С.В., Петриняк У.Я., Соловій С.Б., Вівчарук О.М. Теоретичні основи дослідження конкурентоспроможності бізнес структур в умовах інтеграції до ЄС. Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. Київ, 2023. № 1 (259). С. 11–19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2023_1_4
3. Гришина В.В. GR – діяльність як різновид менеджменту. Публічне управління: проблеми та перспективи: матеріали Міжнародної науково–практичної Інтернет–конференції від 26.11.2021р. Харків: ТОВ «Константа», 2021.
4. Живко З.Б. Сучасні методи забезпечення надійності персоналу: навчальний посібник у схемах та таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 128с.
5. Коваль Н.В. Government Relations як чинник ефективного ведення бізнесу. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 15 С. 120–124.
6. Колодійчук А.В., Молнар О.С., Домище – Медяник А.М., Смочко В.Ю., Ценклер Н.І. Міжнародний страте–

гічний менеджмент: підручник. Львів: Вид-во ННВК «АТБ», 2022. 184с.

7. Марусяк Н., Бак Н. Фінансова безпека підприємства та загрози її втрати в сучасному економічному середовищі. Економіка держави 2022. № 2.

8. Телешун С., Ситник С., Рейтерович І. Публічна чи державна політика – вітчизняна дилема вибору. Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. 2012. Вип. 4.

9. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий [Электронный ресурс] / А. П. Панкрухин. — Режим доступа <http://www.marketologi/books/mterr.html>.

10. The European Bank for Reconstruction and Development's. Transition report 2014. Innovation in Transition. Annex 5.2. Key prerequisites for knowledge-based growth. URL: <http://2014.tr-ebrd.com/annex-5-2-key-prerequisites-for-knowledge-based-growth/> (дата звернення: 19.06.2018).

References

1. Vasylychak S.V., Petrynyak U.Ya., Dubina M.P., Solovii S.B. Marketing tools for ensuring the competitiveness of business structures in the conditions of EU integration. Formation of market relations in Ukraine: coll. of science works Kyiv, 2022. No. 12 (259). P.5–12. URL: http://dndiime.org/wp-content/uploads/2023/03/12_2022.pdf

2. Vasylychak S.V., Petrynyak U.Ya., Solovii S.B., Vivcharuk O.M. Theoretical foundations of the study of the competitiveness of business structures in the conditions of integration into the EU. Formation of market relations in Ukraine: coll. of science work Kyiv, 2023. No. 1 (259). P.11–19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/fr-vu_2023_1_4

3. Grishina V.V. GR – activity as a type of management. Public administration: problems and prospects: materials of the International Scientific and Practical Internet Conference from November 26, 2021. Kharkiv: Constanta LLC, 2021.

4. Zhivko Z.B. Modern methods of ensuring personnel reliability: a study guide in diagrams and tables. Lviv: LvDUVS, 2019. 128p.

5. Koval N.V. Government Relations as a factor in effective business management. Investments: practice and experience. 2014. No. 15, pp. 120–124

6. Kolodiychuk A.V., Molnar O.S., Domishche – Medyanik A.M., Smochko V.Yu., Tsenkler N.I. International strategic management: a textbook. Lviv: Publication of NNVK "ATB", 2022. 184p.

7. Marusiak N., Bak N. Financial security of the enterprise and threats of its loss in the modern economic environment. Economy of the state 2022. No. 2.

8. Teleshun S., Sytnyk S., Reiterovych I. Public or state policy – a domestic dilemma of choice. Bulletin of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine. 2012. Issue 4.

9. Pankrukhin A.P. Territory marketing [Electronic resource] / A.P. Pankrukhin. — Access mode <http://www.marketologi/books/mterr.html>.

10. The European Bank for Reconstruction and Development's. Transition report 2014. Innovation in Transition. Annex 5.2. Key prerequisites for knowledge-based growth. URL: <http://2014.tr-ebrd.com/annex-5-2-key-prerequisites-for-knowledge-based-growth/> (access date: 19.06.2018).

Дані про автора

Петриняк Ульяна Ярославівна,

к. е. н., доцент, Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара

e-mail: yliana1234@ukr.net

ORCID 0000-0003-3295-4792

Data about author

Uliana Petrynyak,

PhD in Economics, associate professor, Oles Honchar Dnipro National University

e-mail: yliana1234@ukr.net

Взаємодія бухгалтерського обліку і управління

Предметом дослідження є взаємодія бухгалтерського обліку і управління.

Метою дослідження є узагальнити зарубіжний досвід вирішення теоретичних і практичних питань методології, методики й організації бухгалтерського обліку.

Методи дослідження. У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті дано визначення змісту поняття «система бухгалтерського обліку». Наведені види господарського обліку. Окреслені основні принципи бухгалтерського обліку.

Висновки. Виходячи з визначення системи як сукупності певних елементів і неможливості цілісності системи без будь-якого її елемента, можна визначити систему бухгалтерського обліку як сукупність всіх взаємопов'язаних елементів методу обліку. Система бухгалтерського обліку дає можливість спостерігати, фіксувати, обробляти, накопичувати, відобразити інформацію про сукупність різнорідних об'єктів (фактів, подій, явищ) в усій складності їх взаємозв'язків у межах однієї загальної системи взаємопов'язаних елементів. Система бухгалтерського обліку визначається не як спосіб виконання конкретних завдань, що виконуються в кожному конкретному випадку, а як сукупність елементів методу (метод), методика їх застосування та форми, за якими ведеться бухгалтерський облік. Бухгалтерський облік у всіх його різноманітних проявах визначається як інформаційна система підприємства, поділяючи її на основні види або компоненти. Традиційно (у вітчизняній науці) прийнято класифікувати господарський облік за видами, розділяючи його на оперативний, статистичний і бухгалтерський. У найбільш поширеному визначенні, бухгалтерський облік – це процес безперервного відображення інформації у вартісному вигляді про зміни в стані активів, власного капіталу та зобов'язань підприємства з метою оцінки його майнового та фінансового станів, а також результатів діяльності. Бухгалтерський облік є однією із функцій управління, планування, контролю та регулювання.

Ключові слова: підприємство, система бухгалтерського обліку, інформація, фінанси, управління, ринок, конкурентоспроможність, інновації, ефективність, користувачі.

YATSKO M. V.
ANDREYCHYK S. V.
TANASEYCHUK I. I.

Interaction of accounting and management

The subject of research is the interaction of accounting and management.

The purpose of the research is to generalize the foreign experience of solving theoretical and practical issues of methodology, methods and organization of accounting.

Research methods. The work uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, and the method of summarizing data.

Work results. The article defines the meaning of the concept of "accounting system". The types of economic accounting are given. Basic principles of accounting are outlined.

Conclusions. Based on the definition of the system as a set of certain elements and the impossibility of the integrity of the system without any of its elements, it is possible to define the accounting system as a set of all interrelated elements of the accounting method. The accounting system makes it possible to observe, record, process, accumulate, and display information about a set of disparate objects (facts, events, phenomena) in all the complexity of their interrelationships within one general system of interconnected elements. The accounting system is defined not as a method of performing specific tasks performed in each specific case, but as a set of elements of the method (methods), the method of their

application, and the forms by which accounting is conducted. Accounting in all its various manifestations is defined as the information system of the enterprise, dividing it into the main types or components. Traditionally (in domestic science) it is customary to classify economic accounting by types, dividing it into operational, statistical and accounting. In the most common definition, accounting is a process of continuous display of information in a cost form about changes in the state of assets, equity and liabilities of an enterprise in order to assess its property and financial conditions, as well as the results of operations. Accounting is one of the functions of management, planning, control and regulation.

Keywords: *enterprise, accounting system, information, finance, management, market, competitiveness, innovations, efficiency, users.*

Постановка проблеми. Бухгалтерський облік розвивається і змінюється відповідно до вимог економічного життя людини. Починаючи з простіших прийомів обліку матеріальних цінностей облік розвинувся до складної системи, що здатна задовольнити будь-які інформаційні потреби управління. Однак інтенсифікація процесу залучення до сфери облікових інтересів великої кількості управлінських інструментів і методів призвела до плутанини в основних поняттях бухгалтерського обліку як науки. Серед таких проблем є проблема існування так званого «стратегічного обліку».

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У дослідження теорії бухгалтерського обліку та його управлінського напрямку зробили значний внесок багато вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед вітчизняних науковців слід відзначити: М.Т. Білуху, Ф.Ф. Бутинця, Б.І. Валуєва, Г.Г. Кірейцева, Ю.А. Кузьмінського, Ю.І. Осадчого, М.С. Пушкара, а також зарубіжних учених: Х. Андерсона, К. Друрі, Р. Каплана, Б. Нідлза, Б. Райана, Д. Фостера. Однак, питання методології та організації бухгалтерського обліку з метою стратегічного управління є проблемними та потребують вирішення.

Мета статті – узагальнити зарубіжний досвід вирішення теоретичних і практичних питань методології, методики й організації бухгалтерського обліку.

Виклад основного матеріалу. У процесі модернізації управління, переходу до нових форм і способів господарювання, зміни зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства змінюється і сам бухгалтерський облік. Нові функції, які виконує система бухгалтерського обліку на підприємстві, говорять про те, що бухгалтерський облік не стоїть на місці, а динамічно розвивається.

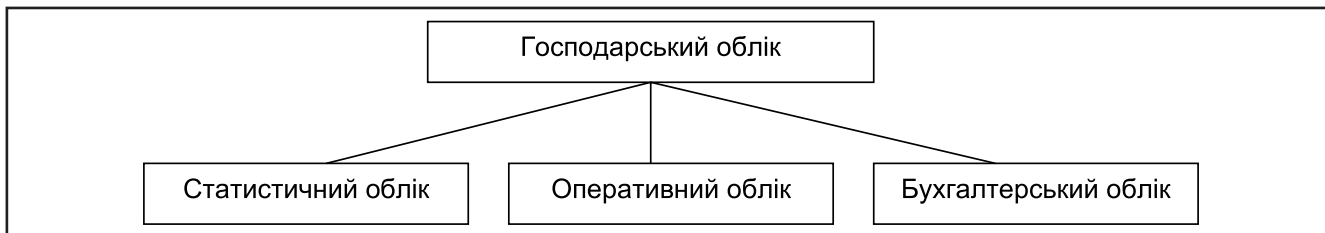
Необхідно відзначити, що серед науковців ведуться суперечності стосовно чіткого визначення системи бухгалтерського обліку і його складових. У бухгалтерському словнику сказано, що система

бухгалтерського обліку – це сукупність елементів методу обліку, пов'язаних між собою та об'єднаних у єдине ціле, що надають інформацію про стан, рух активів, пасивів і зобов'язань підприємства, про характер і результати господарювання в єдиному грошовому вимірнику [1]. До визначення системи бухгалтерського обліку та її складових елементів слід підходити через визначення бухгалтерського обліку як науки. Існує велика кількість визначень бухгалтерського обліку як науки. Кожна наука має свою теоретичну складову – методологію. Методологія бухгалтерського обліку як його основа і теоретична частина є вченням про методи пізнання. Традиційно вважається, що метод є сукупністю з восьми елементів методу: документації, інвентаризації, оцінки, калькуляції, рахунків, подвійного запису, балансу, звітності.

Застосування теоретичних розробок бухгалтерського обліку на практиці здійснюється через методіку – конкретизацію застосування методів. Це є елементом, що поєднує теоретичні дослідження і практичне застосування.

Виходячи з визначення системи як сукупності певних елементів і неможливості цілісності системи без будь-якого її елемента, можна визначити систему бухгалтерського обліку як сукупність всіх взаємопов'язаних елементів методу обліку. Система бухгалтерського обліку дає можливість спостерігати, фіксувати, обробляти, накопичувати, відображати інформацію про сукупність різних об'єктів (фактів, подій, явищ) в усій складності їх взаємозв'язків у межах однієї загальної системи взаємопов'язаних елементів. Система бухгалтерського обліку визначається не як спосіб виконання конкретних завдань, що виконуються в кожному конкретному випадку, а як сукупність елементів методу (метод), методика їх застосування та форми, за якими ведеться бухгалтерський облік.

Бухгалтерський облік у всіх його різноманітних проявах визначають як інформаційну систему підприємства, поділяючи її на основні види



Види господарського обліку *

* складено авторами

або компоненти. Традиційно (у вітчизняній науці) прийнято класифікувати за видами господарський облік, розділяючи його на оперативний, статистичний і бухгалтерський (див. рисунок).

Господарський облік – облік господарської діяльності підприємства, а також його активів, зобов'язань і власного капіталу, який полягає у спостереженні, вимірюванні та реєстрації.

На другому рівні системи розміщувались оперативний, статистичний і бухгалтерський облік. Кожен із видів обліку повинен був виконувати (виконував і виконує) певну роль.

За допомогою оперативного обліку одержують дані про господарські процеси на підприємстві на будь-який момент часу в залежності від потреби. Оперативний облік відрізняється швидкістю отримання інформації. Негативною рисою оперативного обліку є можливість деяких погрешностей і неточностей наданої інформації через брак часу на її збір, обробку та уточнення.

За допомогою статистичного обліку отримують інформацію про показники, які характеризують закономірності та тенденції розвитку підприємства, зведення, групування і розрахунок середніх величин, індексів.

У найбільш поширеному визначенні бухгалтерський облік – це процес безперервного відображення інформації у вартісному вигляді про зміни в стані активів, власного капіталу та зобов'язань підприємства з метою оцінки його майнового та фінансового станів, а також результатів діяльності.

Бухгалтерський облік є однією із функцій управління, планування, контролю та регулювання.

З набуттям незалежності країни і взяттям курсу на побудову ринкової економіки серйозних змін зазнав і вітчизняний бухгалтерський облік. Широко залучався зарубіжний досвід.

Окремі вчені поділяють бухгалтерський облік на управлінський та фінансовий. Бухгалтерський фінансовий облік – це облік, який безперервно здійснюється з метою отримання інформації

про майновий і фінансовий стан підприємства у вартісному вигляді, а також про результати його діяльності, за допомогою подвійних бухгалтерських записів, включаючи ті з них, які здійснюються за даними, отриманими за допомогою управлінського обліку. Ця інформація призначена здебільшого для зовнішніх користувачів. Управлінський облік – це облік, який формує інформацію у вартісному, натуральному та трудовому вигляді для внутрішнього використання на підприємстві. Ця інформація використовується для калькуляції собівартості виготовленої продукції, виконаних робіт, наданих послуг, планування діяльності підприємства та прийняття інших управлінських рішень.

Таким чином, управлінський облік тісно пов'язаний із фінансовим, бо фінансовий оперує даними, отриманими за допомогою управлінського, і навпаки. Оперативний, статистичний і бухгалтерський облік також тісно пов'язані між собою і доповнюють один одного.

Висновки

Виходячи з визначення системи як сукупності певних елементів і неможливості цілісності системи без будь-якого її елемента, можна визначити систему бухгалтерського обліку як сукупність всіх взаємопов'язаних елементів методу обліку. Система бухгалтерського обліку дає можливість спостерігати, фіксувати, обробляти, накопичувати, відобразити інформацію про сукупність різно-рідних об'єктів (фактів, подій, явищ) в усій складності їх взаємозв'язків у межах однієї загальної системи взаємопов'язаних елементів. Система бухгалтерського обліку визначається не як спосіб виконання конкретних завдань, що виконуються в кожному конкретному випадку, а як сукупність елементів методу (метод), методика їх застосування та форми, за якими ведеться бухгалтерський облік. Бухгалтерський облік у всіх його різноманітних проявах визначають як інформаційну

систему підприємства, поділяючи її на основні види або компоненти. Традиційно (у вітчизняній науці) прийнято класифікувати господарський облік за видами, розділяючи його на оперативний, статистичний і бухгалтерський. У найбільш поширеному визначенні, бухгалтерський облік – це процес безперервного відображення інформації у вартісному вигляді про зміни в стані активів, власного капіталу та зобов'язань підприємства з метою оцінки його майнового та фінансового станів, а також результатів діяльності. Бухгалтерський облік є однією із функцій управління, планування, контролю та регулювання.

Список використаних джерел

1. Бухгалтерський словник / [авт. уклад. Ф. Ф. Бутинець]. Житомир: ЖІТІ, 2001. 224 с.
2. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Маркетингове дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. Львів: РВВНЛТУ України. 2009. Вип. 19 (1). С. 125–130.
3. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Черторижський В. М. Фактори інноваційного розвитку промисловості. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2011. Вип. 21 (11). С. 201–205.
4. Гаврилко П. П., Лалакулич М.Ю., Колодійчук А. В. Основні фактори виникнення кризових явищ на промислових підприємствах. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2012. Вип. 22.4. С. 158–164.
5. Завгородній В. П. Бухгалтерський облік в Україні: навч.–практ. посібник. 4–е вид., перероб і доп. К.: А.С.К., 1999. 864 с.
6. Колодійчук А. В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. №5/1(132). С. 58–62.
7. Колодійчук А. В., Пісний В. М. Особливості функціонування машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (13). С. 172–178.
8. Колодійчук А. В., Пісний В. М., Семчук Ж. В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (9). С. 191–196.
9. Кузьмінський Ю. А. Що таке система бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік і аудит. 2006. № 6. С. 8–11.
10. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (8). С. 183–187.
11. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (10). С. 222–227.
12. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України. Київ: А.С.К., 2000. 784 с.
13. Ценклер Н. І., Колодійчук А. В., Лалакулич М. Ю., Молнар О. С. Бухгалтерський облік і аудит у зарубіжних країнах: підручник. Львів, 2021. 180 с.

References

1. Bukhholders'kyu slovnyk [Accounting dictionary] (2001). [Author and compiler F. F. Butynets]. Zhytomyr: ZHYTI. [in Ukrainian].
2. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Marketynhovi doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv [Marketing research in the system of competitiveness management of enterprises]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (1) (pp. 125–130). [in Ukrainian].
3. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., & Chertoryzhskyy, V. M. (2011). Faktory innovatsiynoho rozvytku promyslovosti [Factors of innovation development of industry]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 21 (11) (pp. 201–205). [in Ukrainian].
4. Havrylko, P. P., Lalakulych, M. Yu., & Kolodiychuk, A. V. (2012). Osnovni factory vynyknennya kryzovykh yavlyshch na promyslovykh pidpryyemstvakh [The main factors of emergence of crisis phenomena in industrial enterprises]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 22 (4) (pp. 158–164). [in Ukrainian].
5. Zavhorodniy, V. P. (1999). Bukhholders'kyu oblik v Ukrayini [Accounting in Ukraine]: Manual. 4th ed., revised and supplemented. Kyiv: A.S.K. [in Ukrainian].
6. Kolodiychuk, A. V. (2012). Informatsiya yak faktor innovatsiynoho rozvytku ekonomiky [Information as a factor of innovation development of the economy]. In Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini [Formation of market relations in Ukraine]: Vol. 5/1 (132) (pp. 58–62). [in Ukrainian].
7. Kolodiychuk, A. V., & Pisnyy, V. M. (2009). Osoblyvosti funktsionuvannya mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrayiny [Features of functioning of machine-building enterpris-

es at the current stage of development of the economy of Ukraine]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (13) (pp. 172–178). [in Ukrainian].

8. Kolodiychuk, A. V., Pisnyy, V. M., & Semchuk, Zh. V. (2009). *Sutnist' innovatsiy, struktura ta osnovni etapy innovatsiynoho protsesu* [The essence of innovation, the structure and the main stages of the innovation process]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (9) (pp. 191–196). [in Ukrainian].

9. Kuzminsky, Yu. A. (2006). *Shcho take systema bukhhalters'koho obliku* [What is the accounting system]. *Bukhhalters'kyi oblik i audyt – Accounting and auditing*, 6, 8–11. [in Ukrainian].

10. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). *Teoretychni aspekty upravlinnya konkurentospromozhnistyu pidpryyemstv* [Theoretical aspects of enterprise competitiveness management]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (8) (pp. 183–187). [in Ukrainian].

11. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). *Upravlinnya konkurentospromozhnistyu mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrayiny* [Management of competitiveness of machine-building enterprises at the present stage of development of Ukrainian economy]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (10) (pp. 222–227). [in Ukrainian].

12. Tkachenko, N. M. *Bukhhalters'kyi finansovyy oblik na pidpryyemstvakh Ukrayiny*. Kyiv: A.S.K., 2000. [in Ukrainian].

13. Tsenkler, N. I., Kolodiychuk, A. V., Lalakulych, M. Yu., Molnar, O. S. (2021). *Bukhhalters'kyi oblik i audyt u zarubizhnykh krayinakh* [Accounting and auditing in foreign countries]: Textbook. Lviv. [in Ukrainian].

Дані про авторів

Яцко Максим Вікторович,

к.е.н., доцент кафедри обліку і аудиту, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Андрейчик Степан Васильович,

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Танасейчук Іванна Іванівна,

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Data about authors

Maksym Yatsko,

Ph.D. of Economics, Associate Professor of the Department of Accounting and Audit, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Stepan Andreichyk,

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Ivanna Tanaseichuk,

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8087842>

МАРЦИНОВСЬКИЙ В. В.

Інтегровані маркетингові комунікації: історія розвитку

Предмет дослідження – термін «інтегровані маркетингові комунікації» та інші, що передували його появи, сукупність їхніх специфічних рис.

Метою написання **статті** є систематизація й узагальнення даних стосовно історії виникнення та розвитку поняття «інтегровані маркетингові комунікації» та дотичних до нього.

Методологія проведення роботи – методи аналізу та синтезу; порівняння та узагальнення.

Результати роботи. Стаття присвячена питанням історіографії поняття інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК) та еволюції даного поняття включно до терміну «комплекс інтегрованих маркетингові комунікацій» (КІМК). Надано рекомендації щодо напрямків подальших досліджень.

Ключові слова: інтегровані маркетингові комунікації, комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій, маркетингове середовище, історія маркетингу, конкурентоспроможність.

Integrated marketing communications: history of development

The subject of research is the term «integrated marketing communications» and others that preceded its appearance, a set of their specific features.

The purpose of writing the article is to systematize and generalize data related to the history of the emergence and development of the concept of «integrated marketing communications» and those related to it.

The methodology of the study: methods of analysis and synthesis; comparison and generalization.

The study results. The article is devoted to issues of the historiography of the concept of integrated marketing communications (IMC) and the evolution of this concept, including the term «integrated marketing communications complex» (IMC). Recommendations on directions for further research are provided.

Keywords: integrated marketing communications, complex of integrated marketing communications, marketing environment, history of marketing, competitiveness.

Постановка проблеми. Поняття «інтегровані маркетингові комунікації» (ІМК), «комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій» (КІМК), а також подібні до них мають кілька десятків визначень, їхні складові постійно змінюються, виникають нові терміни. При цьому завжди актуальним є питання систематизації наявних теоретичних моделей. Значною мірою в питанні систематизації, розуміння поточного стану ІМК і КІМК може допомогти звернення до історії виникнення та розвитку цих понять.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням інтегрованих маркетингових комунікацій та їх застосуванням займалось багато вчених, а саме К.В. Сіренко, С.М. Шестов, Г.В. Янковська, О. Краузе, Л.В. Пан, Р. Раупов. Теоретичні засади розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій знайшли своє застосування в працях вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як Г. Алдер, Ф. Котлер, О.О. Романенко, Є.В. Ромат, П. Сміт, П. Темпорау, М. Тротт. Утім у зазначених дослідженнях більшу увагу приділено сучасному стану та напрямкам розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій, тоді як для більш глибокого розуміння природи цього поняття важливе значення має дослідження його історичного підґрунтя та еволюційного розвитку розширення змісту.

Мета статті. Для більш глибокого розуміння природи поняття інтегрованих маркетингових комунікацій (а також комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій) важливе значення має дослідження історії його розвитку.

Виклад основного матеріалу. Для розуміння сутності інтегрованих маркетингових комуні-

кацій необхідно звернутися до історії становлення маркетингу. Розглянемо, як еволюціонувала концепція маркетингу та маркетингових комунікацій у ХХ ст.

На початку століття конкуренція між компаніями була низькою, основним питанням було збільшення кількості виробництва та логістика товарів, що дозволяло охопити великі території.

Одне з найперших визначень запропонував маркетингу запропонував у 1920 р. К. Дункан: «Маркетинг ... має справу з фактичним розподілом товарів, процесом купівлі та продажу... Він включає всі процеси транспортування, зберігання, зважування, сортування, купівлі, продажу тощо» [4, с. 255].

Американська маркетингова асоціація (American Marketing Association – AMA), утворена 1937 р., у своїх статутних документах визначила маркетинг як «діяльність компаній, включених у рух товарів та послуг від виробництва до споживання». Цей підхід відображав розуміння того, що було маркетингом на той час [4, с. 255].

У 1930–х роках Г. Штакельбергом була представлена рання маркетингова концепція, аналогічна поняттю маркетинг–міксу [10].

Протягом 1950–х років маркетинговий ландшафт зазнав трансформації, оскільки компанії зіткнулися з проблемою включення додаткових якостей продукту для підвищення його привабливості для споживачів. Цей період став свідком появи продуктових брендів, що стало сигналом нового рівня конкуренції. Одночасно з'явилося усвідомлення необхідності комплексних заходів для зростання продажів. Тому відразу після за-

пуску продукту компанії розпочали кампанії підтримки продажів.

До кінця 1950-х років домінанта маркетингу змінилася на ринкову. Це ознаменувало значний відхід від попередніх етапів, оскільки фокус змістився на розуміння та задоволення потреб ринку та вподобань клієнтів, а не лише на пріоритетність наявності продукту на складах. Тепер компанії ставили за мету вивчати та задовольняти потреби клієнтів в обмін на отримання прибутку.

На початку 1960-х років виникла теорія 4Р, або маркетинг-міксу, біля витоків якої стояв Дж. Маккарті, він охарактеризував маркетинг як «діяльність компаній, включених у рух товарів та послуг від виробництва до споживання у тому, щоб задовольнити потреби покупців, і досягти цілей компанії». У цьому вся визначенні можна помітити важливе доповнення: у ньому виділено орієнтація на клієнта [7].

У середині 20-го століття у Сполучених Штатах виникли дискусії щодо потреб консолідації маркетингових інструментів для досягнення спільної мети та узгодження рекламних повідомлень.

У 1962 р. Теодор Левітт представив концепцію центрострімкого маркетингу. Відповідно до цієї концепції, «компанія, що займається бізнесом, має систематично і свідомо оцінювати свої комерційні послання, які вона відправляє до зовнішнього світу, незалежно від того, чи стосується це її рекламних повідомлень, дизайну продукції, упаковок, оформлення бланкової документації або одягу продавців. Дуже важливо, щоб ці та подібні повідомлення ретельно координувалися між собою, щоб вони взаємно один одного посилювали і створювали єдиний і переконливий образ компанії» [22, с.65].

На початку 1950-х років Martsteller Inc., включаючи PR-агентство Burson-Martsteller, запропонували концепцію, відому як «тотальні комунікації». Деякі клієнти Martsteller Inc. зголосилися використовувати у своїй діяльності зазначену концепцію як для зв'язків з громадськістю, так і для реклами. Проте «тотальні комунікації» на той час не набула широкого поширення. Зауважимо, що «тотальні комунікації» у вигляді, запропонованому Martsteller Inc., по суті були тим, що зараз прийнято називати інтегрованими маркетинговими комунікаціями.

Поширений підхід того часу в США, Канаді, Австралії, країнах Західної Європи, деяких інших

країнах зосереджувався навколо телевізійної реклами, яка виявилася дуже успішною. У 1950-х роках не існувало нагальної потреби у використанні інтегрованих маркетингових комунікацій, оскільки телевізійна реклама з її широким охопленням (якого не могли запропонувати інші маркетингові інструменти, канали розповсюдження реклами) давала можливість отримувати безпрецедентні результати. Після запуску рекламних роликів завжди ставався стрімкий сплеск продажів, після якого частина прибутку реінвестувалася в рекламу, створюючи повторюваний цикл.

У 1961 році Р. Коллі у співпраці з Національною асоціацією рекламодавців (США) представив монографію «Визначення рекламних цілей для вимірюваних результатів реклами». У цій роботі дослідник запропонував так званий підхід DAGMAR (Defining Advertising Goals for Measured Advertising Results) до рекламного планування, а також включив точний метод для вибору та подання у кількісній формі цілей та застосування цілей для вимірювання результативності роботи. Особливості вимірювання результативності справили величезне враження на спеціалістів, яких у 1960-і роки не задовольняли наявні методи оцінки рекламних бюджетів.

Підхід DAGMAR можна узагальнити фразою: визначення цілей реклами. Ціль реклами за Р. Коллі – це специфічне комунікаційне завдання, що виконується у певній аудиторії та в заданий період часу. У підході DAGMAR комунікаційне завдання ґрунтується на специфічній моделі комунікаційного процесу. Ця модель передбачає наявність етапів уявної обробки інформації, якими торгова марка має пройти задля досягнення успіху в споживача [2].

Концепція інтегрованих маркетингових комунікацій уперше була запропонована в 1980-х роках, але актуальною вона стала лише в середині 1990-х років, коли ефективність традиційних підходів почала знижуватися. Саме тоді й було опубліковано кілька досліджень американських авторів, зокрема Д. Шульца, С. Танненбаума та Р. Лаутерборна, які запропонували концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій [8].

Ці автори визначили причини зниження ефективності традиційних комунікацій наприкінці ХХ ст.:

- інформаційне навантаження;
- трансформація ЗМІ, поява нових каналів комунікацій;

– досвідченість покупця, зростання його індивідуальних потреб, вимоги уваги до себе, прагнення до інтерактивної взаємодії;

– збільшення сегментації ринку;

– наднасичений ринок, на якому конкуруючі товари майже не відрізняються один від одного за споживчими властивостями.

Ці автори також запропонували термін «нова маркетингова парадигма» [9].

Дослідження Д. Шульца, С. Танненбаума та Р. Лаутерборна вважаються наріжним каменем історії маркетингу та є ключовими для подальшої розробки ефективних маркетингових стратегій.

Протягом значного часу роль комплексного впливу на споживача з залученням максимальної кількості каналів маркетингових комунікацій і важливість їх інтеграції для успішної діяльності підприємства недооцінювалася.

«Однак в умовах мінливого бізнес середовища, зростання конкуренції та медіаінфляції роль інтегрованих маркетингових комунікацій значно зростає... Одночасно зі зростанням загальносвітової конкуренції, розвитком технічного прогресу та появою більш поінформованих покупців підприємства стали потребувати більш стійкої прихильності споживачів до своєї продукції і на іміджі, який міг би поширюватися по всьому світу і надавати все сильніший вплив на купівельну аудиторію. З точки зору маркетингу це означає, що компанії хотіли б досягти більш високих результатів за рахунок підвищення ефективності плану та бюджету маркетингових комунікацій. Застосування інтегрованого підходу дозволяє знизити рівень витрат компанії, оскільки ІМК старанно координує і взаємно пов'язує використання всіх елементів маркетинг-міксу» [1, р. 57]

Серед українських дослідників ІМК доцільно значити роботи Т. В. Дубовик [13, с. 10], яка визначила чинники, що сприяють виникненню інтегрованих маркетингових комунікацій, серед яких:

– «зниження ефекту від реклами в традиційних засобах масової інформації (ЗМІ);

– збільшення кількості рекламних каналів зв'язку з введенням цифрового та інших диверсифікованих мультимедіа;

– збільшення кількості рекламних агентств, зумовлене диверсифікацією і спеціалізацією сфери маркетингових комунікацій;

– підвищення уваги до інтелекту клієнтів;

– оцінювання результативності рекламних бюджетів та ін.».

Важливо зауважити, що перехід від практики використання розрізнених маркетингових інструментів до концепції ІМК є еволюційною тенденцією. Адже серед співробітників рекламних, маркетингових, комунікаційних агентств, менеджерів відповідних підрозділів компаній завжди була присутня думка про згубність наслідків ізоляції їхніх підрозділів. Існувало розуміння необхідності створення більш гнучких і рухливих систем, здатних реагувати на зміни зовнішнього середовища. Крім того, в останні роки 20 століття дослідники також усвідомили, що концепція маркетингу як діяльності, спрямованої на задоволення потреб, зазнала глибокої трансформації внаслідок еволюційних змін. Зокрема, «було висунуто пропозицію розрізнити традиційний маркетинг і новий (сучасний) маркетинг (з останнім нерозривно пов'язана поява поняття нової маркетингової парадигми)» [22, с. 65].

З одного боку, традиційне тлумачення маркетингу розглядає його як набір заходів, що дозволяють компаніям ідентифікувати потреби ринку та оперативно реагувати на них. У цьому контексті маркетинг розглядається як відповідна реакція на зовнішні зміни, головним чином потреб і попиту. Метою такого маркетингу є створення системи для оцінки потреб і попиту (вимірювання задоволеності споживачів) і розробки технологій для належного реагування на їхні коливання (система адаптивного комплексу маркетингу).

«Багато людей сприймають маркетинг лише як продаж і рекламу. То й не дивно, що кожен день нас бомбардують телевізійними рекламними роликами, оголошеннями в газетах, кампаніями прямої розсилки, інтернет-пропозиціями та дзвінками про продажі. Хоча вони важливі, це лише дві з багатьох маркетингових функцій і часто вони не є найважливішими» [6, с. 41].

Цей маркетинг фактично реалізує філософію відставання від потреб і попиту, оскільки компанія реагує на вже наявний попит, хоча він може бути і неявно виражений, тобто тільки формується [22, с. 66].

На відміну від маркетингу в його традиційному (старому) тлумаченні сучасний (новий) має функцію не просто реагування на нові потреби та запити, але в першу чергу – створення нових потреб та стимулювання попиту на них.

Сучасний (новий) маркетинг умовно можна назвати творчим, креативним, його головною

метою якої є формування та передбачення попиту на продукт або послугу. Такий маркетинг втілює філософію передбачення, превентивності, він випереджає та прогнозує потреби споживачів і спрямовує їхній подальший розвиток.

Ф. Котлер разом з В. Вонг, Дж. Саундерсом і Г. Армстронгом ще в 1996 році у монографії «Принципи маркетингу» (яка згодом витримала кілька перевидань) практично одночасно зі згаданими вище дослідженнями Д. Шульца, С. Танненбаума та Р. Лаутерборна дійшли висновку, що «сьогодні маркетинг слід розуміти не в старому сенсі здійснення продажу – «розповісти і продати», – а в новому сенсі задоволення потреб клієнтів... Маркетинг починається задовго до того, як компанія має продукт. Маркетинг – це домашнє завдання, яке виконують менеджери, щоб оцінити потреби, виміряти їх масштаби та інтенсивність і визначити, чи існує вигідна можливість. Маркетинг продовжується протягом усього життя продукту, намагаючись знайти нових клієнтів і утримати поточних клієнтів, покращуючи привабливість і ефективність продукту, вивчаючи результати продажів продукту та керуючи повторюваною ефективністю» [6, с. 41].

Ф. Котлер з групою авторів наголошують на важливості розуміння та передбачення потреб споживачів. «Якщо маркетолог добре визначає потреби споживачів, розробляє продукти, які забезпечують високу цінність, ефективно розповсюджує та рекламує їх, ці товари продаватимуться дуже легко. Це не означає, що продаж і реклама неважливі. Скоріше це означає, що вони є частиною більшої маркетингової суміші – набору маркетингових інструментів, які разом впливають на ринок. ... Успіх приходить від розуміння потреб і бажань інших і створення ідей, послуг або продуктів, які задовольняють ці потреби і бажання» [6, с. 41].

Саме з поняттям нового маркетингу й пов'язана нова маркетингова парадигма (НМП). Вона виникла в контексті нового підходу до формування потреб і попиту, створюючи маркетингову філософію, зосереджену навколо вмілого культивування попиту на інноваційні товари та послуги.

НМП з'явилася через перенасиченість ринку товарами та послугами – в умовах, коли основні людські потреби майже повністю задовольняються на основних глобальних ринках. Нова маркетингова парадигма породжує нові виклики,

такі як розробка інноваційних технологій для стимулювання створення нових продуктів і навчання споживачів технологіям споживання, пов'язаним із цими пропозиціями. Технології просування відіграють ключову роль у новій маркетинговій парадигмі, дедалі більше покладаючись на глибокі дослідження споживчої психології.

Ф. Котлер з групою авторів пояснюють, яким саме чином в умовах перенасиченості ринків товарами та послугами правильно побудовані маркетингові комунікаційні кампанії, що враховують знання споживчої психології, а саме трансформацію в їхній свідомості від потреб (needs) до бажань (wants), а потім від бажань (wants) до вимог (demands), призводять до зростання продажів.

«Успіх приходить від розуміння потреб і бажань інших і створення ідей, послуг або продуктів, які задовольняють ці потреби і бажання.

Найголовніша концепція, що лежить в основі маркетингу, – людські потреби. Людські потреби – це стани відчутної депривації. Вони включають основні фізичні потреби в їжі, одязі, теплі та безпеці; соціальні потреби в приналежності та прихильності; а також індивідуальні потреби в знаннях і самовираженні. Маркетологи не винайшли ці потреби; вони є основною частиною людського макіяжу. Коли потреба не задоволена, людина зробить одну з двох речей: шукає об'єкт, який його задовольнить; або намагається зменшити потребу.

Люди в індустріальних суспільствах можуть намагатися знайти або розробити об'єкти, які задовольнять їхні бажання. Люди в менш розвинутих суспільствах можуть намагатися зменшити свої бажання і задовольнити їх тим, що є.

Бажання – це форма людських потреб, яка формується під впливом культури та особистості. Бажання формуються суспільством і описуються в термінах об'єктів, які задовольняють потреби. Оскільки суспільство розвивається, потреби його членів розширюються. Оскільки люди стикаються з більшою кількістю об'єктів, які викликають у них інтерес і бажання, виробники намагаються надавати більше продуктів і послуг, які задовольняють бажання.

Люди мають обмежену кількість основних потреб (наприклад, у їжі чи житлі), і в той же час майже необмежену кількість бажань. Однак при цьому вони мають обмежені ресурси. Таким чином, вони хочуть обрати товари, які принесуть найбільше задоволення за свої гроші. Коли вони

підтримуються платіжною спроможністю, тобто купівельною спроможністю, бажання стають вимогами. Споживачі розглядають товари як набори переваг і обирають товари, які дають їм найкращу сукупність за свої гроші. Враховуючи їхні потреби та ресурси, люди вимагають товарів з перевагами, які приносять найбільше задоволення» [6, с. 43].

Таким чином, нова маркетингова парадигма породжує нові виклики, такі як розробка інноваційних технологій для стимулювання створення нових продуктів і навчання споживачів технологіям споживання, пов'язаним із цими пропозиціями. Технології просування відіграють ключову роль у новій маркетинговій парадигмі, дедалі більше покладаючись на глибокі дослідження споживчої психології.

Основними характеристиками нової маркетингової парадигми (НМП) є [22, с.67]:

- зміна споживача,
- необхідність врахування індивідуалізації споживання,
- необхідність врахування нових каналів поширення інформації,
- неефективність телереклами,
- запит на більш заощадливі способи вирішення маркетингових завдань.

Дуже скоро після того, як поняття ІМК набуло популярності серед науковців і практичного вжитку серед профільних агентств і менеджерів компаній, виникло логічне питання про те, як саме маркетингові комунікації можуть бути інтегровані, які є структурні рівні інтеграції. Серед труднощів, з якими часто стикалися компанії, називалися зокрема різні інтереси та цільові показники учасників комунікаційного процесу. Багато хто з дослідників у вирішенні цієї проблеми пропонував використовувати Систему Збалансованих Показників, що ув'язує стратегічні та тактичні показники різних напрямів та рівнів з метою транслювати спільні цілі на всю компанію.

Особливо слід відзначити роботи двох груп дослідників, які значно просунулися в дослідженні зазначеного питання на початку 2000-х: це група Дж. Гаттона і Ф. Малхерна та група П. Кітчена, І. Кіма та Д. Шульца.

Так, Дж. Гаттон і Ф. Малхерн стверджують, що справжня інтеграція маркетингових комунікацій передбачає інтеграцію на всіх рівнях [3]:

- інтеграція на тактичному рівні;

- інтеграція на стратегічному рівні;
- інтеграція на організаційному рівні;
- інтеграція лише на рівні навчання;
- інтеграція лише на рівні міжособистісного спілкування;

- інтеграція лише на рівні теорії;
- інтеграція лише на рівні бізнес процесів.

П. Кітчен, І. Кім і Д. Шульц виділяють 4 стадії ІМК [5, с. 531–546]:

- тактична координація рекламних комунікацій;
- перегляд традиційного підходу до маркетингових комунікацій;
- використання інформаційних технологій;
- фінансова та стратегічна інтеграція.

У той же час ці та інші дослідники звертають увагу на те, що процес інтеграції ІМК в діяльності компаній регулярно стикається з перешкодами через такі причини, як відсутність чіткої формалізації концепції ІМК, підлеглу роль маркетингу та комунікацій в організаціях, організаційні бар'єри (проблеми вторгнення в чужу сферу компетенції, розподілу інформації).

Серед українських дослідників на особливу увагу заслуговує дослідження Т.В. Дубовик, яка виділила в окрему групу інтегровані інтернет-маркетингові комунікації. Дослідниця наголошує, що «у новому бізнес-середовищі з сучасними можливостями цифрового контексту парадигма маркетинг-міксу розвивається з урахуванням особливостей функціонування підприємств в Інтернеті. Віртуальний ланцюг формування вартості внутрішньо трансформує кожен «Р» додаванням нових індикаторів: кастомізація інформації – в «Product», прозорість і персоналізація – в «Price», доставка – в «Place» і гнучкість – в «Promotion» [13, с. 8].

Додамо, що нами в 2023 році було представлено філософську основу в підході дослідження поняття ІМК, також було обґрунтовано використання терміну «комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій» (КІМК) [16].

Поняття інтегрованих маркетингових комунікацій мало тривалу історію, передумови для його виникнення з'явилися на початку ХХ ст., але риси оформленої наукової теорії ІМК отримала в 1950-х роках. Постійне вдосконалення інструментів маркетингу, концепцій їх застосування, розвиток Інтернет-технологій і трансформація медіа ставали причиною відповідних змін в дефініції поняття «інтегровані маркетингові комунікації» та появи знач-

Таблиця 1. Інтегровані маркетингові комунікації: етапи розвитку

Етап	Характеристика
1920 р.	К. Дункан. Запропоновано перше наукове визначення терміну «маркетинг».
1937 р.	Створення Американської маркетингової асоціації (American Marketing Association – АМА).
30–і рр. XX ст.	Рання маркетингова концепція, аналогічна поняттю маркетинг–міксу.
50–і рр. XX ст.	Впровадження поняття тотальних комунікацій та інтегрованого маркетингу.
60–і рр. XX ст.	Дж. Маккарті. Запропоновано оформлену теорію 4Р (маркетинг–міксу).
1961 р.	Р. Коллі. запропоновано підхід DAGMAR для рекламного планування та вимірювання результатів реклами.
80–ті рр. XX ст.	Виникнення терміну інтегрованих маркетингових комунікацій і їх впровадження в діяльність компаній.
90–ті рр. XX ст.	Д. Шульц, С. Танненбаум і Р. Лаутерборн. Запропоновано концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК). Перехід від розуміння маркетингових комунікацій як сукупності окремих інструментів до комплексного використання ІМК.
90–ті рр. XX ст.	Д. Шульц, С. Танненбаум і Р. Лаутерборн. Запропоновано термін «нова маркетингова парадигма»
90–ті рр. XX ст.	Ф. Котлер, В. Вонг, Дж. Саундерс і Г. Армстронг. Запропоновано революційну концепцію маркетингу, відповідно до якої маркетинг слід розуміти не в старому сенсі здійснення продажу – «розповісти і продати», а в новому сенсі задоволення потреб клієнтів. На відміну від маркетингу в його традиційному (старому) тлумаченні сучасний (новий) має функцію не просто реагування на нові потреби та запити, але в першу чергу – створення нових потреб та стимулювання попиту на них.
10–ті рр. XXI ст.	Група Дж. Гаттона та Ф. Малхерна. Група П. Кітчена, І. Кіма та Д. Шульца. Запропоновано підходи до інтеграції маркетингових комунікацій.
2015 р.	Т. В. Дубовик. Запропоновано термін «Інтернет–інтегровані маркетингові комунікації».
2023 р.	В.В. Марциновський. Представлено філософську основу в підході дослідження поняття ІМК, обґрунтовано використання терміну «комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій» (КІМК).

ної кількості визначень і варіантів цього терміну [16, 22]. Цей процес триває і понині.

Висновки

Історія поняття «інтегровані маркетингові комунікації» налічує вже майже сторіччя. За цей час відбулося кілька значних трансформацій: від суто логістичної концепції маркетингу відбувся перехід до впровадження поняття тотальних комунікацій, інтегрованого маркетингу, теорії 4Р (маркетинг–міксу). Перенасиченість ринку товарами та послугами стала причиною тектонічних змін і переходу від старого розуміння маркетингу, що реалізував філософію відставання від потреб і попиту, до нового маркетингу, який втілює філософію передбачення та випередження, ставить за мету створення нових потреб та стимулювання попиту на них. Розвиток Інтернет–технологій і трансформація медіа ставить перед дослідниками нові завдання, серед яких – подальше вивчення складових опорних елементів маркетингового планування, а також дослідження процесів інтеграції

всередині комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

Список використаних джерел

1. Caywood C. L. The handbook of strategic public relations and integrated communications. NY.: McGraw Hill, 1997. 904 p.
2. Colley R. H.. Defining advertising goals for measured advertising results. Association of National Advertisers, 1965. 114 p.
3. Hutton J., Mulhern F. Marketing Communications: Integrated Theory, Strategy & Tactics. Pentagram Pub, 2002. 382 p.
4. Jones Ringold D., Weitz B. The American Marketing Association Definition of Marketing: Moving from Lagging to Leading Indicator. Journal of Public Policy & Marketing. 2007. Vol. 26 (2). P. 251–260.
5. Kitchen P., Kim I., Schultz D. Integrated Marketing Communications: Practice Leads Theory. Journal of Advertising Research. 2008. V 48 (4). P. 531–546.
6. Kotler P., Wong V., Saunders J., Armstrong G. Principles of Marketing. 4th European Edition. Harlow: Pearson Education, 2005. 989 p.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

7. McCarthy E. J. Basic Marketing, A Managerial Approach. Richard D. Irwin, 1960. 770 p.

8. Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., Lauterborn, R. F. Integrated marketing communications: Pulling it together and making it work. Chicago: NTC Business Books, 1993, pp. 65–87.

9. Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., Lauterborn, R. F. The New Marketing Paradigm: Integrated Marketing Communications. NY.: McGraw Hill, 1996. 240 p.

10. Stackelberg Von H. Theorie Der Vertriebspolitik und Der Qualitatsvariation, Smollers Jahrbuch, 63(1). 1939

11. Васильченко Л. С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48–2. С. 27–30.

12. Васильченко Л. С. Розвиток інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства: принципи та фактори. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2019. № 6.1–1 (56). С. 143–147.

13. Дубовик Т. В. Управління інтегрованими інтернет-маркетинговими комунікаціями підприємств торгівлі. Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня докт. екон. наук. Київ, 2015. – 40 с.

14. Ільченко Т. В., Помазан Л. М. Маркетингова комунікаційна політика: сутність та особливості на промисловому підприємстві. Економіка та суспільство. 2022. № 43. С. 122–128.

15. Костюченко А. М. Історичні форми маркетингу та маркетингових комунікацій. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2009_4/12.pdf (дата звернення: 03.01.2023)

16. Марциновський В. В. Актуалізація підходів у дослідженні «комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій». Формування ринкових відносин в Україні. 2023. №2. С. 37–44.

17. Романенко О. О. Сутність та процес формування інтегрованих маркетингових комунікацій. The Economic Messenger of the NMU. 2010. № 1. С. 112–119.

18. Сова В. В. Інформаційне забезпечення інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств торгівлі. Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд екон. наук. Київ, 2014. – 24 с.

19. Терентьева Н. В., Павельчук Є. О. Інтегровані маркетингові комунікації як чинник ефективного розвитку підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2021, № 6, Том 1. С. 249–252.

20. Тимохіна Я. О. Етапи еволюції інтегрованих маркетингових комунікацій. Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького

О.Ф., м. Суми, 24–26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О. В. Прокопенко. Суми : СумДУ, 2013. Т.2. С. 237–239.

21. Хмарська І. А. Комплекс маркетингових комунікацій в організації комерційно-господарської діяльності підприємств легкої промисловості. Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук. Л., 2015. – 20 с.

22. Чубукова О. Ю., Марциновський В.В. Інтегровані маркетингові комунікації: актуальні питання теорії. Формування ринкових відносин в Україні. 2019. № 6. С. 62–72

23. Шкурупська І. О. Інтегровані маркетингові комунікації підприємств на ринку геліоенергетичного обладнання. Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук. Одеса, 2014. – 20 с.

References

1. Caywood C. L. The handbook of strategic public relations and integrated communications. NY.: McGraw Hill, 1997. 904 p.

2. Colley R. H.. Defining advertising goals for measured advertising results. Association of National Advertisers, 1965. 114 p.

3. Hutton J., Mulhern F. Marketing Communications: Integrated Theory, Strategy & Tactics. Pentagram Pub, 2002. 382 p.

4. Jones Ringold D., Weitz B. The American Marketing Association Definition of Marketing: Moving from Lagging to Leading Indicator. Journal of Public Policy & Marketing. 2007. Vol. 26 (2). P. 251–260.

5. Kitchen P., Kim I., Schultz D. Integrated Marketing Communications: Practice Leads Theory. Journal of Advertising Research. 2008. V 48 (4). P. 531–546.

6. Kotler P., Wong V., Saunders J., Armstrong G. Principles of Marketing. 4th European Edition. Harlow: Pearson Education, 2005. 989 p.

7. McCarthy E. J. Basic Marketing, A Managerial Approach. Richard D. Irwin, 1960. 770 p.

8. Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., Lauterborn, R. F. Integrated marketing communications: Pulling it together and making it work. Chicago: NTC Business Books, 1993, pp. 65–87.

9. Schultz, D. E., Tannenbaum, S. I., Lauterborn, R. F. The New Marketing Paradigm: Integrated Marketing Communications. NY.: McGraw Hill, 1996. 240 p.

10. Stackelberg Von H. Theorie Der Vertriebspolitik und Der Qualitatsvariation, Smollers Jahrbuch, 63(1). 1939

11. Vasylychenko L. S. Sutnist ta suchasni tendentsii rozvytku marketynhovykh komunikatsii pidpriemstva. Prychornomorski ekonomichni studii. 2019. Vyp. 48–2. S. 27–30.

12. Vasylychenko L. S. Rozvytok intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii pidpriemstva: pryntsyipy ta faktory. Naukovo-vyrobnychiy zhurnal «Biznes-navihator». 2019. № 6.1–1 (56). S. 143–147.

13. Dubovyk T. V. Upravlinnia intehrovanymy internet-marketynhovymy komunikatsiimy pidpriemstv tor-hivli. Avtoref. dys. na zdob. nauk. stupenia dokt. ekon. nauk. Kyiv, 2015. – 40 s.

14. Ilchenko T. V., Pomazan L. M. Marketynhova komunikatsiina polityka: sutnist ta osoblyvosti na promyslovomu pidpriemstvi. Ekonomika ta suspilstvo. 2022. № 43. S. 122–128.

15. Kostyuchenko A. M. Istorychni formy marketynhu ta marketynhovykh komunikatsii. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2009_4/12.pdf (data zvernennia: 03.01.2023)

16. Martsynovskyi V. V. Aktualizatsiia pidkhodiv u doslidzhenni «kompleksu intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii». Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2023. №2. S. 37–44.

17. Romanenko O. O. Sutnist ta protses formuvannia intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii. The Economic Messenger of the NMU. 2010. № 1. S. 112–119.

18. Sova V. V. Informatsiine zabezpechennia intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii pidpriemstv torhivli. Avtoref. dys. na zdob. nauk. stupenia kand ekon. nauk. Kyiv, 2014. – 24 s.

19. Terentieva N. V., Pavelchuk Ye.O. Intehrovani marketynhovi komunikatsii yak chynnyk efektyvnoho rozvytku pidpriemstva. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2021, № 6, Tom 1. S. 249–252.

20. Tymokhina Ya. O. Etapy evoliutsii intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii. Ekonomichni problemy staloho rozvytku : materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, prysviachenoï pamiaty prof. Balatskoho O.F., m. Sumy, 24–26 kvitnia 2013 r. / Za zah. red. O. V. Prokopenko. Sumy : SumDU, 2013. T.2. S. 237–239.

21. Khmarska I. A. Kompleks marketynhovykh komunikatsii v orhanizatsii komertsiiino-hospodarskoi diialnosti pidpriemstv lehkoi promyslovosti. Avtoref. dys. na zdob. nauk. stupenia kand. ekon. nauk. L., 2015. – 20 s.

22. Chubukova O. Yu., Martsynovskyi V.V. Intehrovani marketynhovi komunikatsii: aktualni pytannia teorii. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2019. № 6. S. 62–72

23. Shkurupska I. O. Intehrovani marketynhovi komunikatsii pidpriemstv na rynku helioenerhetychnoho obladdannia. Avtoref. dys. na zdob. nauk. stupenia kand. ekon. nauk. Odesa, 2014. – 20 s.

Дані про автора

Марциновський Володимир Валерійович,

аспірант Кафедри маркетингу та комунікаційного дизайну Київського національного університету технологій та дизайну

e-mail: v.martsynovskyi@gmail.com

Data about the author

Volodymyr Martsynovskyi,

PhD student, Department of Marketing and Communication Design, Kyiv National University of Technologies and Design

e-mail: v.martsynovskyi@gmail.com

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 331.101.262:334.734:631.115.8:304.2:005.33 <https://doi.org/10.5281/zenodo.8087848>

МОЛНАР О. С.
КОЗИК Ю. Я.
ЯНІЧКО П. А.

Соціально–економічні чинники формування трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств

Предметом дослідження є соціально–економічні чинники формування трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств.

Метою дослідження є дослідити вплив соціально–економічних чинників на формування трудового потенціалу аграрних підприємств.

Методи дослідження. У роботі використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті наведені соціально–економічні проблеми розвитку українського села та сільських територій. Визначені найважливіші соціально–економічні чинники формування та розвитку трудового потенціалу аграрних підприємств. Розглянуто залежність трудозабезпеченості сільськогосподарських підприємств України від рівня середньомісячної заробітної плати.

Висновки. До найважливіших соціально–економічних чинників формування та розвитку трудового потенціалу аграрних підприємств належать: рівень матеріального добробуту жителів села, житлово–побутові умови сільського населення, стан його здоров'я та рівень працездатності, розвиток культури, освіти та спорту на селі, рівень торговельного та побутового обслуговування селян. Найбільш тісний зв'язок трудозабезпеченості сільськогосподарських підприємств виявлено в розвитку соціальної інфраструктури, як забезпеченість сільських населених пунктів фельдшерсько–акушерськими пунктами, дитячими дошкільними та клубними закладами. На формування трудового потенціалу аграрного сектора економіки істотно впливають рівень сукупних доходів сільських домогосподарств, рівень забезпечення сільських населених пунктів загальноосвітніми школами, питома вага сільського населення у складі наявного населення області. Забезпеченість населених пунктів загальноосвітніми закладами є важливою передумовою відтворення трудового потенціалу аграрного сектора у довгостроковій перспективі.

Ключові слова: підприємство, ринок, трудовий потенціал, конкурентоспроможність, фінанси, інновації, інформація, соціальна сфера, ефективність, аграрний сектор.

Socio-economic factors of the formation of the labor potential of agricultural enterprises

The subject of the study is socio-economic factors of formation of the labor potential of agricultural enterprises.

The purpose of the study is to investigate the influence of socio-economic factors on the formation of the labor potential of agrarian enterprises.

Research methods. The work uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, and the method of summarizing data.

Work results. The paper presents socio-economic problems of the development of Ukrainian villages and rural areas. The most important socio-economic factors of the formation and development of the labor potential of agrarian enterprises are determined. The dependence of employment of agricultural enterprises of Ukraine on the level of the average monthly wage is considered.

Conclusions. The most important socio-economic factors in the formation and development of the labor potential of agrarian enterprises include: the level of material well-being of the villagers, the living conditions of the rural population, the state of their health and the level of working capacity, the development of culture, education and sports in the village, the level of trade and household service to the peasants. The closest connection to the employment of agricultural enterprises is found in the development of social infrastructure, such as the provision of rural settlements with paramedics and midwives, children's preschools and club facilities. The level of aggregate income of rural households, the level of provision of secondary schools in rural settlements, and the specific weight of the rural population in the composition of the existing population of the region is significantly influenced on the formation of the labor potential of the agrarian sector of the economy. Providing settlements with general educational institutions is an important prerequisite for the reproduction of the labor potential of the agricultural sector in the long term.

Keywords: enterprise, market, labor potential, competitiveness, finance, innovations, information, social sphere, efficiency, agricultural sector.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку суспільства, який характеризується кризовими явищами в економіці, соціальними суперечностями, вимагає уваги до формування й ефективного використання трудового потенціалу, особливо у сільському господарстві. Формування трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств нерозривно пов'язане з демографічною ситуацією на селі. Демографічні процеси в цілому по Україні оцінюються фахівцями як демографічна криза. Ринкові умови господарювання потребують формування трудового потенціалу сільськогосподарських товаровиробників через ринок аграрної праці із врахуванням конкуренції та конкурентоспроможності потенційних працівників і роботодавців. При цьому зростає актуальність подальшого дослідження проблем визначення ефективності праці та факторів їх підвищення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дослідженню тенденцій розвитку демографічної ситуації і її впливу на формування трудового потенціалу аграрного сектора економіки присвячені наукові праці Я.Б. Базилюка, В.Л. Валентинова, С.О. Гудзинського, М.І. Долішнього, Е.М. Лібанової, Б.М. Махсми, Л.С. Ноджак, І.В. Прокопи, В.Д. Ярового та ін. Однак, в теорії використання трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств є ряд невирішених питань, пов'язаних із дослідженням соціально-економічних чинників формування трудового потенціалу сільськогосподарських підприємства, які потребують подальшого дослідження.

Мета статті – дослідити вплив соціально-економічних чинників на формування трудового потенціалу аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Розвиток економіки України за ринкових умов і досвід сіль-

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

ського розвитку у країнах Західної та Центральної Європи свідчать про те, що держава [13] та комунальні структури самі, без потужного товарного виробництва підприємств територіальних громад і без законодавчого регулювання не здатні забезпечити належне розв'язання численних проблем сільських територій. Вчений В.Л. Валентинов стверджує, що таке співробітництво передбачає мобілізацію локальних ресурсів, включаючи фінансові, матеріально-технічні засоби й ресурси сільськогосподарських підприємств та осіб, які проживають на даних сільських територіях [2]. Академік УААН П.Т. Саблук як одну з головних проблем назвав створення можливостей на селі для отримання працівниками сільського господарства заробітної плати на рівні не нижчому середнього у галузях народного господарства і запропонував використовувати кошти державного та місцевого бюджетів на соціальне облаштування сільських територій, на цільове фінансування конкретних заходів [11].

Найгостріші проблеми села – відсутність мотивації до праці, безробіття, бідність та трудова міграція, занепад соціальної інфраструктури, поглиблення демографічної кризи та відмирання сіл.

До найважливіших соціально-економічних чинників формування та розвитку трудового потенціалу аграрних підприємств належать: рівень матеріального добробуту жителів села, який залежить насамперед від рівня заробітної плати, пенсій, стипендій, доходів від власності на землю та майно, державної соціальної допомоги найменш захищеним верствам населення; житлово-побутові умови сільського населення, які визначаються наявністю та станом житлового фонду, рівнем газо-, водо-, теплопостачання, розвитку каналізаційних мереж; стан здоров'я сільського населення та рівень його працездатності, який формується відповідним рівнем медичної допомоги, забезпеченістю сільських поселень фельдшерсько-акушерськими пунктами й іншими закладами охорони здоров'я; розвиток культури, освіти та спорту на селі, який залежить від забезпеченості сільських населених пунктів загальноосвітніми школами, бібліотеками, клубними закладами, спортивними майданчиками; рівень торговельного та побутового обслуговування селян, який визначається забезпеченістю населених пунктів закладами роздрібною торгівлі, будинками побуту, лазнями та ін.

Рівень заробітної плати працівників сільськогосподарських підприємств у період проведення аграрної реформи в Україні, згідно таблиці 1, був найнижчим у регіонах з найвищою питомою вагою сільського населення, а тому можна стверджувати, що пропозиція робочої сили значно перевищувала попит на неї, що у свою чергу зумовило і найвищий рівень безробіття серед сільського населення у цих регіонах. Зворотна закономірність досить чітко простежується у зміні питомої ваги сільського населення у міру зростання середньомісячної заробітної плати. Це можна пояснити перш за все тим, що зниження питомої ваги сільського населення супроводжується посиленням конкуренції між сільськогосподарськими підприємствами та підприємствами й організаціями інших галузей економіки у залученні трудових ресурсів. Оскільки рівень заробітної плати у сільському господарстві є найнижчим серед інших галузей економіки, то у регіонах з високою питомою вагою міського населення сільськогосподарські товаровиробники з метою збереження трудового потенціалу у конкурентній боротьбі з іншими галузями змушені сплачувати більш високу заробітну плату.

Найнижчий рівень безробіття у регіонах з найвищою заробітною платою найманих працівників сільського господарства також пояснюється найнижчою питомою вагою сільського населення у цих регіонах. Працевлаштування економічно активної частини сільського населення у цих регіонах відбувається переважно за межами сільського господарства – в інших галузях національної економіки і насамперед у містах.

Формування трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств тісно пов'язане з рівнем побутових умов проживання сільського населення. Наявність більш сприятливих умов може бути додатковим стимулом до праці у галузі.

При відсутності центрального опалення сільських квартир проблема обігріву сільських помешкань найбільш успішно та прогресивно вирішується за умови забезпечення квартир природним газом. У регіонах з найвищою питомою вагою сільських помешкань з централізованим газопостачанням сформувався і найбільш високий рівень трудобезпеки сільськогосподарських підприємств. У цих же господарствах і найбільш високий рівень оплати праці найманих працівників.

Таблиця 1. Залежність трудозабезпеченості сільськогосподарських підприємств України від рівня середньомісячної заробітної плати у період проведення аграрної реформи *

Групи сільгоспдприємств областей України за рівнем середньомісячної оплати праці, грн.	Середньомісячна оплата праці по групі, грн.	Кількість працівників сільгоспдприємств на 100 га с.-г. угідь, чол.	Рівень безробіття сільського населення, %	Питома вага сільського населення, %
2006 р.				
До 433	395,57	5,6	8,2	49,3
434–510	470,01	4,5	5,6	39,8
511–587	554,42	3,3	5,7	37,9
588–664	635,67	3,5	6,3	27,1
665 і вище	715,75	4,2	3,5	17,0
В середньому	553,00	4,1	6,7	32,4
2007 р.				
До 529	501,92	5,1	7,6	48,2
530–649	592,52	3,6	5,9	41,9
650–769	708,98	3,7	5,5	37,9
770–889	825,95	2,9	5,1	21,3
890 і вище	941,38	4,7	2,9	17,1
В середньому	733,00	3,7	5,8	32,0

* складено авторами за даними Держстату України

Не менш важливим чинником формування трудового потенціалу аграрних підприємств є стан здоров'я сільських мешканців, можливість невідкладного одержання медичної допомоги.

Формування трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств залежать від рівня забезпечення сільських населених пунктів дитячими дошкільними закладами.

Рівень освіти сільського населення є важливим фактором формування висококонкурентного трудового потенціалу аграрного сектора економіки. Забезпеченість загальноосвітніми закладами є важливим фактором не тільки формування трудового потенціалу аграрних підприємств у короткостроковому періоді, але й важливою передумовою його відтворення у довгостроковій перспективі.

Висновки

До найважливіших соціально-економічних чинників формування та розвитку трудового потенціалу аграрних підприємств належать: рівень матеріального добробуту жителів села, житлово-побутові умови сільського населення, стан його здоров'я та рівень працевдатності, розвиток культури, освіти та спорту на селі, рівень торговельного та побутового обслуговування селян. Найбільш тісний зв'язок трудозабезпеченості сільськогосподарських підприємств виявлено в

розвитку соціальної інфраструктури, як забезпеченість сільських населених пунктів фельдшерсько-акушерськими пунктами, дитячими дошкільними та клубними закладами. На формування трудового потенціалу аграрного сектора економіки істотно впливають рівень сукупних доходів сільських домогосподарств, рівень забезпечення сільських населених пунктів загальноосвітніми школами, питома вага сільського населення у складі наявного населення області. Забезпеченість населених пунктів загальноосвітніми закладами є важливою передумовою відтворення трудового потенціалу аграрного сектора у довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Вадимський Ф. А., Колодійчук А. В. Маркетингові дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. 2009. Вип. 19 (1). С. 125–130.
2. Валентинов В. Л. Організаційна легітимність як фактор сільського розвитку. Економіка АПК. 2005. № 10. С. 126–130.
3. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Черторижський В. М. Фактори інноваційного розвитку промисловості. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. 2011. Вип. 21 (11). С. 201–205.
4. Гаврилко П. П., Лалакулич М. Ю., Колодійчук А. В. Основні фактори виникнення кризових явищ на про-

РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

мислових підприємствах. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.–техн. праць. 2012. Вип. 22 (4). С. 158–164.

5. Колодійчук А. В., Гуштан Т. В., Молнар О. С., Василюха Н. В., Чобаль Л. Ю. Міжнародні перевезення в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2021. 189 с.

6. Колодійчук А. В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. №5/1 (132). С. 58–62.

7. Колодійчук А. В., Пісний В. М. Особливості функціонування машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (13). С. 172–178.

8. Колодійчук А. В., Пісний В. М., Семчук Ж. В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (9). С. 191–196.

9. Колодійчук А. В., Молнар О. С., Домище–Медяник А. М., Смочко В. Ю., Ценклер Н. І. Міжнародний стратегічний менеджмент: підручник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2022. 184 с.

10. Махсма Б. М. Економіка праці та соціально–трудові відносини: [навч. посібник]. Київ: Атіка, 2005. 304 с.

11. Саблук П. Т. Розвиток сільських територій в контексті забезпечення економічної стабільності держави. Соціально–економічні проблеми розвитку українського села і сільських територій: матеріали Сьомих річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів–аграрників (Київ, 9–10 листопада 2005 р.). К., 2005. С. 4–48.

12. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств на сучасному етапі розвитку економіки України. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (10). С. 222–227.

13. IDARA. Identification of the critical socio–economic problems facing rural CEEC – and policy proposals. IDARA Working Paper. 2002.

References

1. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Marketynhovi doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpryyemstv [Marketing research in the system of competitiveness management of enterprises]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (1) (pp. 125–130). [in Ukrainian].

2. Valentynov, V. L. (2005). Orhanizatsiyna lehitymnist' yak faktor sil's'koho rozvytku [Organizational legitimacy as a factor in rural development]. *Ekonomika APK – Economy of agro–industrial complex*, 10, 126–130. [in Ukrainian].

3. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., & Chertoryzhskyy, V. M. (2011). Faktory innovatsiynoho rozvytku promyslovosti [Factors of innovation development of industry]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 21 (11) (pp. 201–205). [in Ukrainian].

4. Havrylko, P. P., Lalakulych, M. Yu., & Kolodiychuk, A. V. (2012). Osnovni factory vynyknennya kryzovykh yavlyshch na promyslovykh pidpryyemstvakh [The main factors of emergence of crisis phenomena in industrial enterprises]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 22 (4) (pp. 158–164). [in Ukrainian].

5. Kolodiychuk, A. V., Hushtan, T. V., Molnar, O. S., Vasylykha, N. V., & Chobal, L. Yu. (2021). *Mizhnarodni perevezennya v mizhnarodniy ekonomitsi* [International transportation in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing [in Ukrainian].

6. Kolodiychuk, A. V. (2012). Informatsiya yak faktor innovatsiynoho rozvytku ekonomiky [Information as a factor of innovation development of the economy]. In *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini* [Formation of market relations in Ukraine]: Vol. 5/1 (132) (pp. 58–62). [in Ukrainian].

7. Kolodiychuk, A. V., & Pisnyy, V. M. (2009). Osoblyvosti funktsionuvannya mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrayiny [Features of functioning of machine–building enterprises at the current stage of development of the economy of Ukraine]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (13) (pp. 172–178). [in Ukrainian].

8. Kolodiychuk, A. V., Pisnyy, V. M., & Semchuk, Zh. V. (2009). Sutnist' innovatsiy, struktura ta osnovni etapy innovatsiynoho protsesu [The essence of innovation, the structure and the main stages of the innovation process]. In *Naukovyy visnyk NLTU Ukrayiny* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (9) (pp. 191–196). [in Ukrainian].

9. Kolodiychuk, A. V., Molnar, O. S., Domishche–Medyanyk, A. M., Smochko, V. Yu., & Zenkler, N. I. (2022). *Mizhnarodnyy stratehichnyy menedzhment* [International strategic management]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

10. Makhsma, B. M. (2005). *Ekonomika pratsi ta sotsial'no–trudovi vidnosyny* [Labor economics and social and labor relations]: Manual. Kyiv: Atika. [in Ukrainian].

11. Sabluk, P. T. (2005). Rozvytok sil's'kykh terytoriy v konteksti zabezpechennya ekonomichnoyi stabil'nosti derzhavy [Development of rural areas in the context of ensuring the economic stability of the state]. In *Sotsial'no–*

ekonomichni problemy rozvytku ukrayins'koho sela i sil's'kykh terytoriy [Socio-economic problems of the development of Ukrainian villages and rural areas]: Materials of the Seventh Annual Meeting of the All-Ukrainian Congress of Agrarian Economists (Kyiv, November 9–10, 2005) (pp. 4–48). Kyiv. [in Ukrainian].

12. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Upravlinnya konkurentospromozhnistyu mashynobudivnykh pidpryyemstv na suchasnomu etapi rozvytku ekonomiky Ukrainy [Management of competitiveness of machine-building enterprises at the present stage of development of Ukrainian economy]. In Naukovyy visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine]: Vol. 19 (10) (pp. 222–227). [in Ukrainian].

13. IDARA (2002). Identification of the critical socio-economic problems facing rural CEEC – and policy proposals. IDARA Working Paper.

Дані про авторів

Молнар Олександр Сергійович,

к.е.н., доцент, завідувач кафедри економічної теорії, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Козик Юрій Ярославович,

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Янічко Павло Андрійович,

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Data about authors

Oleksandr Molnar,

Ph.D. of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Economic Theory, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Yuriy Kozyk,

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

Pavlo Yanichko,

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University

e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

ЗМІСТ

Макроекономічні аспекти сучасної економіки

ГАБРЕЛЬ М. М., ЛИСЯК Н. М., ГАБРЕЛЬ М. М. Індустріалізація та урбанізація простору України: нові реалії.....	5
ГЛУХОВ В. В. Державна фінансова підтримка підприємств АПК України.....	15
МЕЛЬНИК В. М. Засадничі принципи повоєнної відбудови української інфраструктури.....	22
ШКУРКО В. І. Пруденційне регулювання перестрахової діяльності.....	29

Інноваційно-інвестиційна політика

ДЯТЛОВА В. В., СОЛІДОР Н. А., ЄРОХІНА Д. О. Інноваційний розвиток промисловості: управлінські орієнтири для металургійної галузі в повоєнний період	34
---	----

Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності

ПУЗИРЬОВА П. В., СПІВАК С. І., ХАЛІЛЯЄВА О. В., ПОРОХНЯ Д. О. Міжнародна економічна діяльність в умовах економічної інтеграції.....	42
ІВАНЮТА Т. М. Економічні аспекти оцінки бізнесу ринкових структур і організацій (підприємств)	50
ТКАЧЕНКО О. М., ГАРКАВЕНКО І. О., БОНДАР С. А. Перспективи розвитку ринку органічних продуктів в Україні та світі	55
КОЛОДІЙЧУК А. В., ВАЖИНСЬКИЙ Ф. А. Практичні аспекти забезпечення контролінгом реалізації контрольної функції управління.....	63
ПЕТРИНЯК У. Я. Механізми розвитку креативності в бізнесі	68
ЯЦКО М. В., АНДРЕЙЧИК С. В., ТАНАСЕЙЧУК І. І. Взаємодія бухгалтерського обліку і управління	76
МАРЦИНОВСЬКИЙ В. В. Інтегровані маркетингові комунікації: історія розвитку.....	80

Соціально-трудові проблеми

МОЛНАР О. С., КОЗИК Ю. Я., ЯНІЧКО П. А. Соціально-економічні чинники формування трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств.....	89
---	----

CONTENT

Macro-economic aspects of modern economy

HABREL M. M., LYSIAK N. M., HABREL M. M. Industrialization and urbanization of Ukrainian space: new realities	5
HLUKHOV V. V. State financial support of agricultural enterprises in Ukraine.....	15
MELNYK V. M. Key principles for post-war reconstruction of ukrainian infrastructure	22
SHKURKO V. I. Prudential regulation of reinsurance activity	29

Innovation and investment policy

DIATLOVA V. V., SOLIDOR N. A., YEROKHINA D. O. Innovative development of industry: management orientations for the metallurgical industry in the postwar period	34
---	----

Economic problems of development of branches and types of economic activity

PUZYROVA P. V., KHALILIAEVA O. V., SPIVAK S. I., POROKHNIYA D. O. International economic activity in the conditions of economic integration.....	42
IVANIUTA T. M. Economic aspects of business evaluation of market structures and organizations (enterprises)	50
TKACHENKO O. M., HARKAVENKO I. O., BONDAR S. A. Prospects for the development of the organic products market in Ukraine and the world	55
KOLODIYCHUK A. V., VAZHYNKYI F. A. Practical aspects of ensuring the controlling of the implementation of the control function of management	63
PETRYNYAK U. Ya. Mechanisms of creativity development in business.....	68
YATSKO M. V., ANDREYCHYK S. V., TANASEYCHUK I. I. Interaction of accounting and management.....	76
MARTSYNOVSKYI V. V. Integrated marketing communications: history of development	80

Social-labor problems

MOLNAR O. S., KOZYK Yu. Ya., YANICHKO P. A. Socio-economic factors of the formation of the labor potential of agricultural.....	89
---	----

До авторів збірника

Шановні автори!

*Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки
приймає до друку у збірнику
«Формування ринкових відносин в Україні» статті з економічної тематики*

При подачі статті до редакції необхідно оформити її за поданими нижче правилами, а також ретельно перевірити текст на предмет виявлення граматичних, орфографічних, стилістичних та інших помилок!

1. Стаття має відповідати тематичній спрямованості збірника.
2. Обов'язковими є рецензія фахівця у відповідній галузі науки.
3. У статті відповідно до вимог ВАК необхідні такі елементи:
Стаття має містити: індекс УДК, відомості про автора (ів) на трьох мовах;
– назва статті та анотація на трьох мовах (українська, російська, англійська), де чітко сформульовано головну ідею статті та обґрунтовано її актуальність;
– ключові слова на трьох мовах до 10 слів (українська, російська, англійська);
– *постановка проблеми* у загальному вигляді та її зв'язок із важливими чи практичними завданнями;
– *аналіз останніх досліджень і публікацій*, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;
– *формування цілей статті* (постановка завдання);
– *виклад основного матеріалу дослідження* з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
– *висновки з даного дослідження* і перспективи подальших розвідок у даному напрямку;
– *список використаних джерел* (українською та англійською мовами).
4. Обсяг – від 8 до 16 сторінок, формату А4 через інтервал 1,5. Поля: верхнє, нижнє, лівє, правє – 2 см. Абзац – 5 знаків. Шрифт: Arial, розмір – 12. Мова – українська.
5. Прізвище, ініціали, науковий ступінь розміщуються у правій верхній частині аркуша.
6. Відомості про автора: адреса, контактний телефон (домашній, робочий).
7. Статті, таблиці та формули мають виконуватися у редакторі Microsoft Word, якщо стаття містить формули, то вони мають набиратися у редакторі формул Microsoft Equation, який вбудований в усі версії програми Word.
8. Якщо стаття містить графіки чи діаграми, виконанні в інших програмах (такі як Excel, Corel Draw та ін.), то ці файли також додаються до статті в оригіналі програм, в яких вони виконані.
9. Графіки та діаграми можуть бути передані в графічних форматах: векторний – EPS, AI (шрифти переконвертовані в криві); растровий – TIF, 300 dpi, 256 кольорів сірого.
10. Зноски в документі мають бути оформлені за допомогою вбудованих функцій програми Word.
11. Назви файлів мають відповідати прізвищам авторів.
12. Статті надаються на диску, або іншому електронному носії інформації до диска обов'язково додаються статті в роздрукованому і якісному вигляді Текст у електронному вигляді повинен відповідати тексту в надрукованому вигляді.
13. Статті не повинні містити приміток від руки та помарок, кожен лист статті підписується автором.
14. Посилання на джерела інформації є обов'язковими. Джерела подаються в кінці статті з основними вимогами до бібліографічних описів. Нумерація джерел вздовж тексту.
15. У разі невиконання вищевказаних вимог редакція не приймає статей до друку.

Редакція наукового збірника не несе відповідальності за авторські права статей, що подаються до друку.

Довідки за телефонами: (044) 239–10–49, (096) 309–42–80
Сайт збірника наукових праць: <http://ndiime.org.ua/>; e-mail: zbornik@ukr.net

Редакційна колегія

To the authors of the collection!

Dear authors!

*State Research Institute of Informatization and Economic Modeling
accepts economic articles for printing in the scientific collection
«Market Relations Development in Ukraine»*

When submitting an article to the editorial board, it is necessary to compose it according to the following rules, as well as carefully check the text to detect grammar, spelling, stylistic and other errors!

1. The article should correspond to the thematic orientation of the collection.
2. The review of a specialist (doctor of sciences) in the relevant field of science is mandatory.
3. The following elements are required in the article in accordance with the requirements of the HAC:
The article should contain: UDC bibliographic index, information about the author(s) in three languages;
– the title of the article and an abstract in three languages (Ukrainian, Russian, English extended annotation), where the main idea of the article is clearly formulated and its relevance is substantiated;
– keywords in three languages, up to 10 words (Ukrainian, Russian, English);
– *problem statement in general* and its connection with important or practical tasks;
– *analysis of recent researches and publications* in which the solution to this problem was initiated and author is based on them; the emphasis of previously unsettled parts of the general problem to which the article is devoted;
– *formation of the goals of the article* (statement of the task);
– *an outline of the main research material* with the full justification of the obtained scientific results;
– *conclusions from this study* and prospects for further investigation in this direction.
– *list of used sources, references*
4. Volume – from 8 to 16 pages, format A4 in interval 1,5. Fields: upper, lower, left, right – 2 cm. Paragraph – 5 characters. Font: Arial, size – 12. Language – Ukrainian.
5. The last name, initials, scientific degree are placed in the upper right of the sheet.
6. Information about the author: address, contact phone (home, work).
7. Articles, tables and formulas must be executed in Microsoft Word editor, if the article contains formulas, they should be typed in the Microsoft Equation formula editor that is Built-in to all versions of Word.
8. If the article contains graphs or charts, execution in other programs (such as Excel, Corel Draw, etc.), then these files are also added to the article in the original programs in which they are executed.
9. Charts and diagrams can be transmitted in graphic formats: vector – EPS, AI (fonts converted into curves); raster – TIF, 300 dpi, 256 colors gray.
10. Entries in the document must be made using the built-in features of the Word program.
11. The names of the files should correspond to the names of the authors.
12. Articles are provided on an electronic carrier, as well as necessarily added articles in printed and high-quality form. The text in electronic form must correspond to the text in printed form.
13. Articles should not contain handwritten notes and stamps, each article letter is signed by the author.
14. References to sources of information are mandatory. Sources are provided at the end of the article with the basic requirements for bibliographic descriptions. Numbering sources along the text.
15. In case of non-fulfillment of the above-mentioned requirements, the editorial board does not accept articles for printing.

The edition of the scientific collection is not responsible for the copyrights of the articles submitted for publication.

Inquiries by phone: (044) 239–10–49, (096) 309–42–80
Website of scientific bulletin: <http://dndiime.org.ua/>; e-mail: zbornik@ukr.net

Editorial team

Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Збірник наукових праць

№4 (263) 2023 р.

Періодичність – щомісячник

Головний редактор Студінська Г.Я.
Комп'ютерна верстка та дизайн Сердюк В.Л.

Підписано до друку 28.04.2023 р.
Формат 60x84 1/8. Папір офсетний
Ум. друк. аркушів 11,63.
Гарнітура Eurore. Наклад 100 прим.

Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки
Свідоцтво про державну реєстрацію: Серія КВ 22545–12443ПР від 20.02.2017 р.
Адреса редакції: 01014, м. Київ, бул. Дружби Народів, 38
<http://dndiime.org.ua/>, e-mail: zbornik@ukr.net

State Research Institute of Informatization and Economic Modeling

MARKET RELATIONS DEVELOPMENT IN UKRAINE

Collection of scientific works

No.4 (263) 2023

Frequency – monthly

Editor-in-Chief G. Studinska
Computer design and design V.Serdyuk

Signed for printing on 28.04.2023.
Format 60*84. 1/8. Paper offset
Conditional Printed Sheets 11,63.
Headset Europe. Circulation 100 copies

State Research Institute of Informatization and Economic Modeling
Certificate of state registration of printed mass media
Series KV 22545–12445PR from 02.20.2017
Editorial address, 01014, m. Kyiv, bul. Druzhby Narodiv, 38
<http://dndiime.org.ua/>, e-mail: zbornik@ukr.net