

**Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки**

# **ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ**

**Збірник наукових праць  
№5 (264)**

**Київ 2023**

**Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць  
Вип. 5 (264). – К., 2023. – 98 с.**

**Рекомендовано Вченою радою ДНДІМЕ**

Протокол №5 від 10.05.2023 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  
№5 (264)**

**Kyiv 2023**

**Market Relations Development in Ukraine: Collection of scientific works  
Volume 5 (264). K., 2023. – 98 p.**

**Recommended by the Academic Council SSRIEM**

Protocol No. 5 dated May 10, 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

---

UDC 336.71

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8141662>

CHERNYSHOV M. O.

## **The relevance of financial security of the banking system of Ukraine in the conditions of sustainable development**

**The subject of the research** is the theoretical and practical current aspects of the study of the financial security of the banking system of Ukraine in the conditions of sustainable development.

**The aim of the research** is to determine the essence and main components of the financial security of the banking system of Ukraine.

**Research methods.** When writing the article, general scientific and special research methods used in the diagnosis of the financial security of the banking sector were used.

**Results of the investigation.** Because of writing the article, it was established that the banking sector in Ukraine, despite the war, continues to work without interruption, at the same time implementing measures to strengthen its stability, strength and security. It has been established that the continuity of payments and the preservation of the banking system's operation characterize one of the key aspects of preserving the stability and financial security of the banking system of Ukraine. It has been proven that the financial security of the banking system of Ukraine is the basis of stable, competitive, focused on European standards, activity and determines the prospective vectors of further development of the entire banking sector in the conditions of sustainable development of the country. It has been established that the security of the banking sector is the mechanism of financial security of the country on which the financial and credit policy of the state depends, and the state of the banking sector itself determines the level of financial and credit security and the level of financial security of the state.

**Scope of the results.** Finance, Economy, Banking, Insurance, Risk Management, Investment.

**Conclusions.** It is proven that in the conditions of sustainable development, the relevance of the financial security of the banking system of Ukraine acquires special importance, since the state of war and military operations in one way or another affect the security of financial resources of banks, the protection of customer information, property and personnel assets. It has been established that the issues related to ensuring the repayment of loans, increasing the profitability and profitability of banking activities, minimizing banking risks and guaranteeing the return of public deposits are particularly urgent. It is proposed that in order to ensure the financial security of the banking system in conditions of sustainable development, it is necessary to observe the following rules: maintain financial stability and independence at a high level; maintain and generate its technological, financial and

*management potential; to carry out constant optimization of the structural mechanism of the bank's activity; prevention of leakage of information and commercial secrets; synergistic development and preservation of all components of ensuring the bank's financial stability and security. It was determined that the financial security of the banking system is an important component of the financial and national security of the country and such a state of the banking institution, which is characterized by balance and resistance to the influence of external and internal threats, its ability to achieve its goals and generate a sufficient amount of financial resources to ensure sustainable development.*

**Keywords:** banking system, financial security, sustainable development, financial services, foreign exchange market, mechanism of financial security, financial condition of the bank, profitability, loan portfolio.

ЧЕРНИШОВ М. О.

## **Актуальність фінансової безпеки банківської системи України в умовах сталого розвитку**

**Предметом дослідження** є теоретичні та практичні актуальні аспекти дослідження фінансової безпеки банківської системи України в умовах сталого розвитку.

**Метою дослідження** є визначення сутності та основних компонентів фінансової безпеки банківської системи України.

**Методи дослідження.** При написанні статті використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, що використовуються при діагностиці фінансової безпеки банківського сектору.

**Результати роботи.** В результаті написання статті встановлено, що банківський сектор України попри розпочату війну продовжує безперервно працювати, реалізуючи при цьому заходи щодо посилення своєї стійкості, міцності та безпеки. Встановлено, що постійність платежів та збереження роботи банківської системи характеризують один із ключових аспектів збереження стабільності та фінансової безпеки банківської системи України. Доведено, що фінансова безпека банківської системи України є підґрунтям стабільної, конкурентоспроможної, сфокусованої на європейських стандартах, діяльності та визначає перспективні вектори подальшого розвитку всього банківського сектору в умовах сталого розвитку країни. Встановлено, що безпека банківського сектору є тим механізмом фінансової безпеки країни, від якого залежить фінансово-кредитна політика держави, а сам стан банківського сектору визначає рівень фінансово-кредитної безпеки і рівень фінансової безпеки держави.

**Галузь застосування результатів.** Фінанси, економіка, банківська справа, страхування, ризик-менеджмент, інвестування.

**Висновки.** Доведено, що в умовах сталого розвитку актуальність фінансової безпеки банківської системи України набуває особливого значення, оскільки воєнний стан та військові дії так чи інакше впливають на безпеку фінансових ресурсів банків, захист інформації клієнтів, майна та активів персоналу. Встановлено, що особливо нагальними є питання щодо забезпеченості повернення кредитів, збільшення прибутковості та рентабельності банківської діяльності, мінімізації банківських ризиків та гарантування повернення вкладів населення. Запропоновано, що для забезпечення фінансової безпеки банківської системи в умовах сталого розвитку необхідно дотримуватись таких правил: утримувати фінансову стійкість та незалежність на високому рівні; підтримувати та генерувати свій технологічний, фінансовий та управлінський потенціали; проводити постійну оптимізацію структурного механізму діяльності банку; недопущення витоку інформації та комерційної таємниці; синергійний розвиток та збереження всіх складових забезпечення фінансової стабільності та безпеки банку. Визначено, що фінансова безпека банківської системи є важливою складовою фінансової і національної безпеки країни та таким станом банківської установи, що характеризується збалансованістю і стійкістю до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, її здатністю досягати поставлених цілей і генерувати достатній обсяг фінансових ресурсів для забезпечення стійкого розвитку.

**Ключові слова:** банківська система, фінансова безпека, сталий розвиток, фінансові послуги, валютний ринок, механізм фінансової безпеки, фінансовий стан банку, рентабельність, кредитний портфель.

**Formulation of the problem.** The started war and massive terrorist attacks on the energy infrastructure and the subsequent suppression of the country's economy provoked by this determine the main sources of risks for the financial stability of the banking system of Ukraine. According to experts' forecasts, this year's GDP will fall by about a third, and next year it will grow more slowly than was predicted before the massive missile attacks. This will slow both the recovery of demand for financial services and additional credit losses in the banking system. However, international support for Ukraine is growing and creates a reliable support for financing the needs of the state, the balance of payments and international reserves, thanks to which the NBU will be able to maintain its active presence in the foreign exchange market. Financial institutions continue to operate without interruption, despite the energy terror and destruction of civilian infrastructure. Banks are implementing measures that strengthen their resistance to operational risks and enable them to maintain business continuity even in conditions of prolonged blackouts. The stability of payments and the preservation of the work of the banking system characterize one of the key aspects of preserving the stability and financial security of the banking system of Ukraine [6; 10–15].

The financial security of the banking system of Ukraine is the basis of stable, competitive activity focused on European standards and determines promising vectors for the further development of the entire banking sector in the conditions of sustainable development of the country. The NBU's national program on strengthening the requirements for the security of the functioning of banking institutions is aimed at modernizing the entire banking system in such a way that the latter can meet the modern challenges of today, especially during periods of crisis in war conditions [17]. The security of the banking sector is the mechanism of financial security of the country, on which the financial and credit policy of the state depends. It is the state of the banking sector that determines the level of financial and credit security, and therefore the level of financial security of the state [12–16].

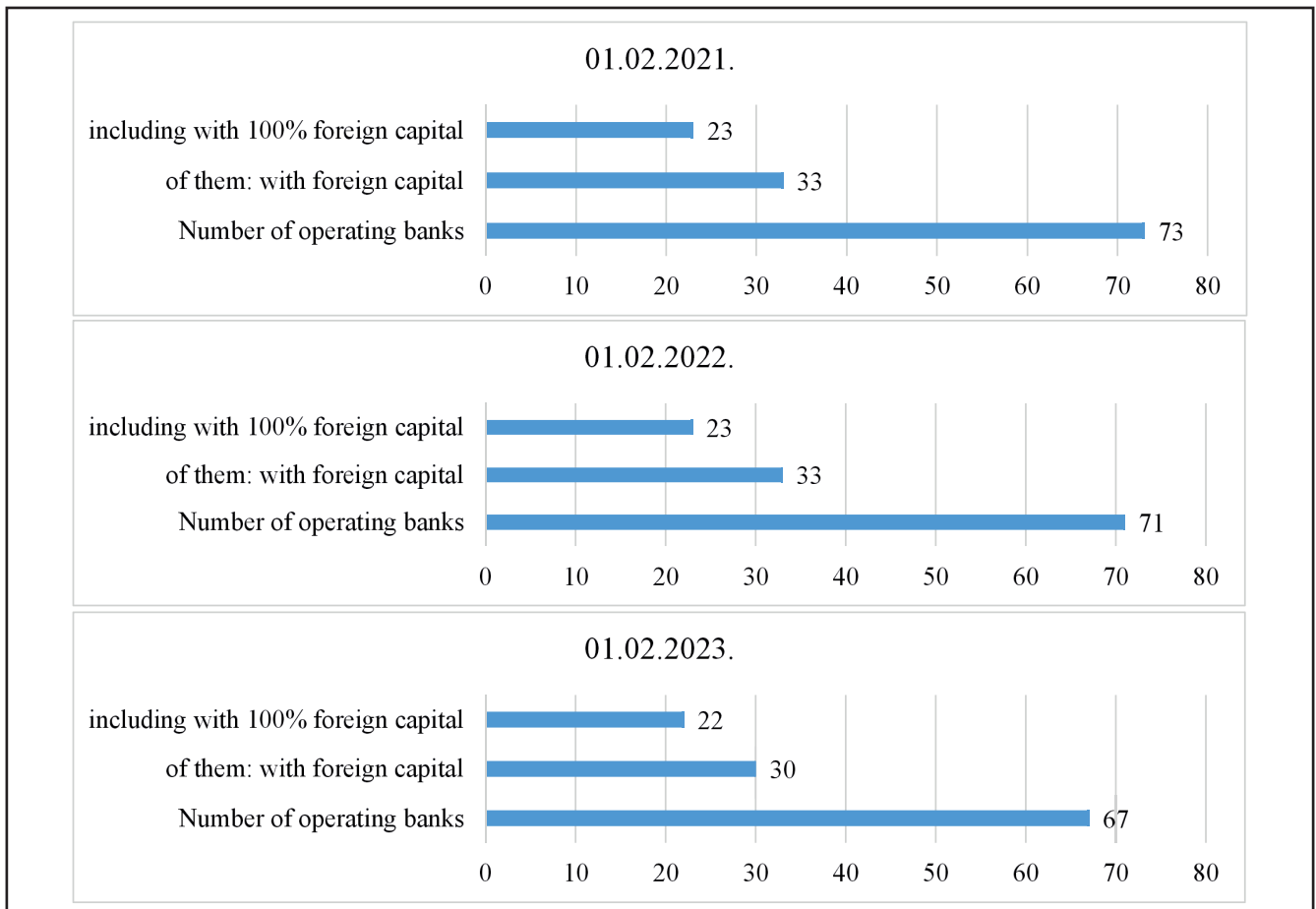
**Analysis of research and publications on the problem.** The issue of financial security of the banking system is an urgent issue for many economists, including: O. B. Vasylyshyn, N. I. Volkova, A. V. Panchenko, V. V. Vudvud, Ya. V. Stelmakh,

Yu. A. Hlushchenko, T. H. Kubakh, Ye. Yu. Rudenko, A. Ye. Lisniak, I. M. Miro, Ye. Yu. Mordan, O. S. Zhuravka, K. V. Didenko, Ya. I. Kravchenko, L. A. Prystupa, V. V. Koval, Ye. V. Kovalenko–Marchenkova, V. I. Roshylo, N. O. Riazanova, B. V. Fedorushchenko, O.Y. Shevtsova and others. The authors study the financial security of banks from various scientific and methodological approaches, but there is still no single comprehensive approach to the definition of this concept.

**Presenting main material.** The financial security of the banking sector is considered in the following focuses: firstly, it is the financial consequences of the activity of banking institutions, both for the country as a whole and for individual stakeholders of the bank; secondly, it is the prevention and possible prevention of existing and future threats to the financial potential of the country's banking system, the NBU, and individual banking institutions. Thus, the financial security of a particular bank is an integral component of the security of the entire banking sector of the country, which, with the help of synergy, can both overcome financial difficulties and lead to a systemic banking crisis. Among the dominant factors of the financial security of the banking system, the following can be distinguished: achieving and maintaining the bank's balanced and stable financial condition in the appropriate positions; ensuring effective competitive activity of the banking sector; the possibility of early diagnosis regarding the identification of problematic issues and weak points in the activity and development strategy of banks; optimization of banking risks through the appropriate hedging mechanism [1–4].

As of the beginning of 2023, the main indicators of the banking sector have significantly deteriorated compared to the beginning of 2021, which was caused by both the COVID–19 pandemic and the start of a full-scale war between Russia and Ukraine (Fig. 1).

The increase in the profitability of the assets and capital of Ukrainian banks at the beginning of 2021–2023 can be interpreted as one of the elements of ensuring the financial security of the banking system, given that it can be argued that the banking system can effectively withstand the challenges and threats it faced in the post–COVID period and times of full-scale war. The increase in the profitability of assets and capital characterizes the positive internal policy of the bank, the synergy



**Figure 1. The main indicators of the activity of Ukrainian banks at the beginning of 2021–2023. [6; 17]**

of all its constituent elements and the highly qualified top management of the banking sector (Fig. 2).

In addition, the loan portfolio (a set of loans issued by the bank that have not yet been repaid on a certain date, i.e., are in use by borrowers) characterizes the financial security of the banking system. By issuing loans to borrowers, the bank thereby forms its loan portfolio. From fig. 3, it can be seen that the dynamics of the credit portfolio of the banking system is variable under the influence of certain factors and external circumstances. Thus, in 2021, loans in the amount of UAH 966,823 million were issued, and in 2023 in the amount of UAH 1,028,852 million, which characterizes the increase in demand for money among bank clients [6–10; 17].

Thus, the liquidity of the banking system in general remains high, and according to some indicators, it is even a record. However, the inflow of new funds to the sector is uneven: the main volumes settle mainly on current accounts in state banks, while some small banks experience a lack of liquidity. A slowdown in economic activity due to security risks and

power outages is dampening credit demand. During the war, government programs play a key role in supporting lending. Market lending will resume only with the recovery of the economy. Credit risk continues to be the biggest threat to ensuring the financial security of the entire banking system [14–17].

Among the measures of financial security of the banking system, it is possible to note operational profitability, which provides banks with the main trajectory of protection for absorbing credit losses. The NBU will not apply influence measures for violations of regulatory capital requirements if they are caused by the consequences of war. Large banks with competitive business models and the ability to generate operating income will have plenty of time to recapitalize if needed. During 2023, The NBU expects the stabilization of the economic situation and gradual economic recovery, plans to conduct an analysis of the quality of assets to confirm the correctness of the display of the quality of the loan portfolio, the adequacy of the formation of reserves and the assessment of the real size of the



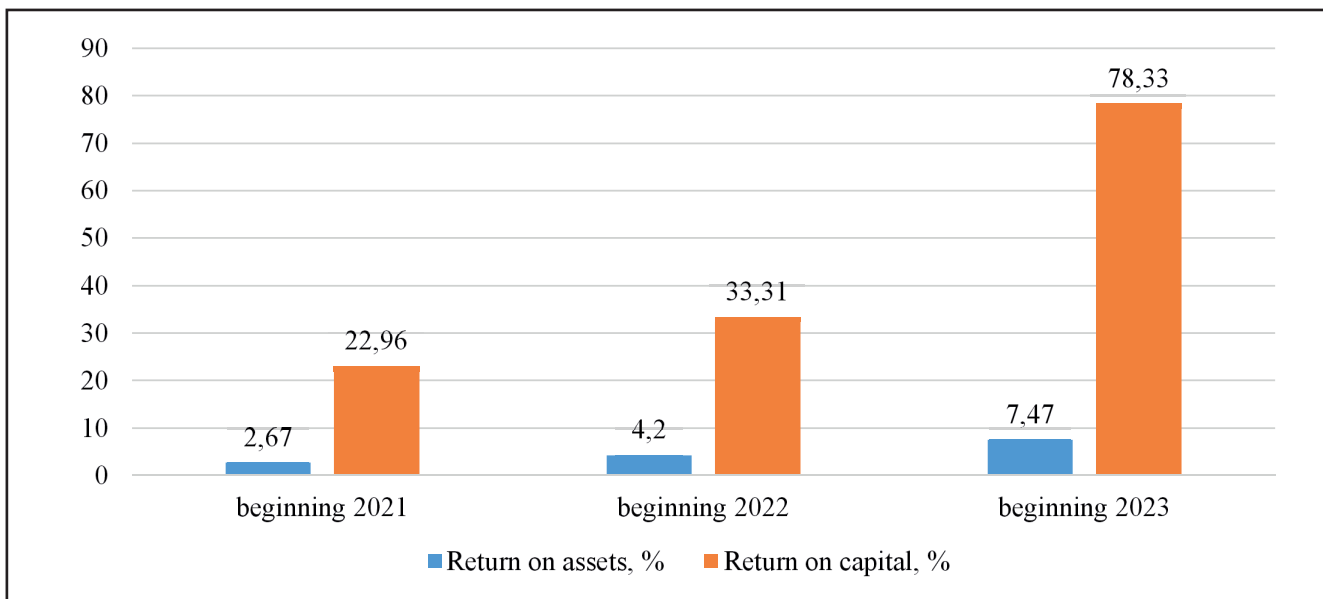


Figure 2. Profitability of Ukrainian banks as of beginning of 2021–2023 [6; 17]

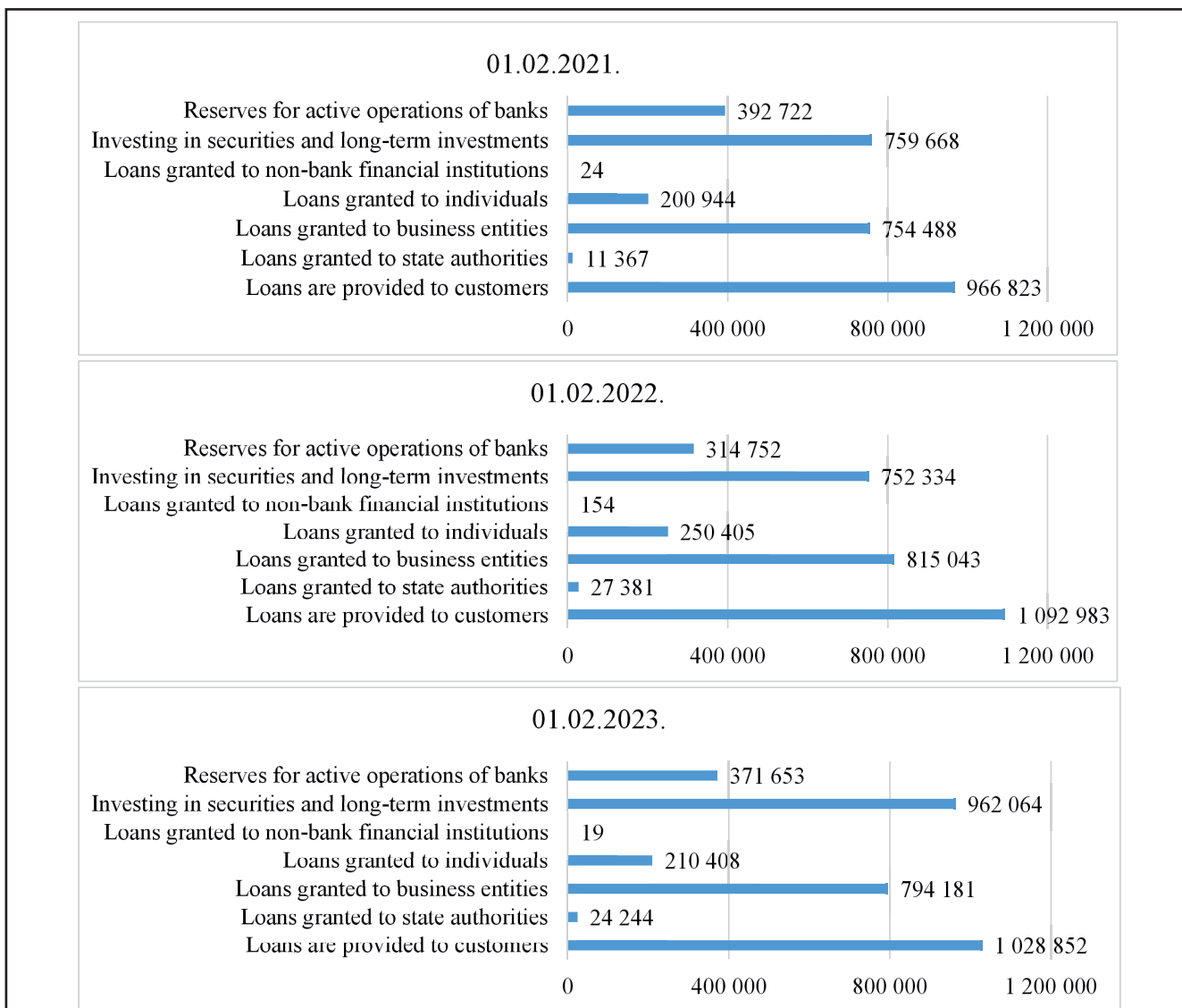


Figure 3. Dynamics of changes in the credit portfolio of the banking system 2021–2023 [6; 17]

regulatory capital. Based on the results of the assessment, a transition period was determined for the restoration of capital to the minimum regulatory values. Most banks will be able to recover capital through future earnings, but a number of banks are likely to require shareholder support [11–17].

### Conclusions

In the conditions of sustainable development, the relevance of the financial security of the banking system of Ukraine acquires special importance, since the state of war and military operations in one way or another affect the security of financial resources of banks, the protection of customer information, property and personnel assets. Especially urgent are issues related to ensuring the return of loans, increasing the profitability and profitability of banking activities, minimizing banking risks and guaranteeing the return of public deposits (deposits).

As a result, it can be stated that in order to ensure the financial security of the banking system in conditions of sustainable development, it is necessary to observe the following rules: maintain financial stability and independence at a high level; maintain and generate its technological, financial and management potentials; to carry out constant optimization of the structural mechanism of the bank's activity; prevention of leakage of information and commercial secrets; synergistic development and preservation of all components of ensuring the financial stability and security of the bank. Therefore, the financial security of the banking system is an important component of the financial and national security of the country and such a state of the banking institution, which is characterized by balance and resistance to the influence of external and internal threats, its ability to achieve the set goals and generate a sufficient amount of financial resources to ensure sustainable development.

### Список використаних джерел

1. Васильчишин О. Б. Економічна сутність фінансової безпеки банківської системи: проблема плюралізму підходів / О. Б. Васильчишин // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2017. – Вип. 28. – С. 159–166.

2. Васильчишин О. Б. Концентрація банківської діяльності та її вплив на фінансову безпеку банківської системи України / О. Б. Васильчишин // Український журнал прикладної економіки. – 2017. – Т. 2, № 1. – С. 28–40.

3. Волкова Н. І. Вибір методів оцінювання фінансової безпеки банків та прогнозування індикаторів / Н. І. Волкова, А. В. Панченко. // Ефективна економіка. – 2022. – № 11. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2022\\_11\\_55](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2022_11_55).

4. Вудвуд В. В. Фінансова безпека банків як один із складників фінансової безпеки держави / В. В. Вудвуд, Я. В. Стельмах // Молодий вчений. – 2019. – № 12(1). – С. 24–27.

5. Глуценко Ю. А. Шляхи оптимізації кредитної політики як запорука фінансової безпеки банку / Ю. А. Глуценко // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. – 2022. – № 2. – С. 111–118.

6. Звіт про фінансову стабільність (bank.gov.ua) <https://bank.gov.ua/ua/stability/report>

7. Коваленко В. Фінансова безпека банків: реалії та перспективи забезпечення / В. Коваленко // Економічний форум. – 2022. – № 2. – С. 141–151.

8. Кубах Т. Г. Оцінювання взаємозв'язку фінансової стійкості банківської системи та фінансової безпеки держави / Т. Г. Кубах, Є. Ю. Руденко // Modern economics. – 2021. – № 26. – С. 55–63.

9. Лісняк А. Є. Формування стратегії забезпечення фінансової безпеки банку / А. Є. Лісняк // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2018. – Вип. 22(2). – С. 71–77.

10. Міро І. М. Оцінка рівня банківської безпеки України, як елемент управління фінансовою безпекою / І. М. Міро // Академічний огляд. – 2021. – № 2. – С. 33–47.

11. Мордань Є. Ю. Фінансова безпека банківської системи України: сутність та оцінка / Є. Ю. Мордань, О. С. Журавка, К. В. Діденко, Я. І. Кравченко // Бізнес Інформ. – 2021. – № 1. – С. 243–251.

12. Приступа Л. А. Управління розвитком національного банківського сектору на основі забезпечення фінансової безпеки банківських установ / Л. А. Приступа, В. В. Коваль, Є. В. Коваленко–Марченкова // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки. – 2020. – Вип. 4. – С. 282–292.

13. Рошило В. І. Безпека банківського сектору України: сутність та методи визначення / В. І. Рошило // Інфраструктура ринку. – 2020. – Вип. 42. – С. 332–337.

14. Рязанова Н. О. Організаційно-фінансових механізм забезпечення фінансово-економічної безпеки банківської системи / Н. О. Рязанова // Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development. – 2021. – Vol. 3, numb. 2. – С. 248–255.

15. Федорущенко Б. В. Сутність і декомпозиція фінансової безпеки банківського сектору / Б. В. Федорущенко // Вісник Університету банківської справи. – 2020. – № 3. – С. 52–58.

16. Федорущенко Б. Формування системи забезпечення фінансової безпеки банківського сектору / Б. Федорущенко, О. Барановський // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2021. – № 5. – С. 16–27.

17. Шевцова О.Й. Стратегія управління фінансовою безпекою банку / О.Й. Шевцова // Збірник наукових праць Одеського національного економічного університету, №8 (297), 2022. – С. 65–70.

### References

1. Vasylychshyn, O. B. (2017). The economic essence of the financial security of the banking system: the problem of pluralism of approaches. Science Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and management. Issue 28. – P. 159–166.

2. Vasylychshyn, O. B. (2017). Concentration of banking activity and its influence on the financial security of the banking system of Ukraine. Ukrainian Journal of Applied Economics. Vol. 2, No. 1. – P. 28–40.

3. Volkova, N. I., Panchenko, A. V. (2022). Selection of methods for assessing the financial security of banks and forecasting indicators. Efficient economy. No. 11. – Access mode: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2022\\_11\\_55](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2022_11_55).

4. Woodwood, V. V., Stelmakh, Ya. V. (2019). Financial security of banks as one of the components of financial security of the state. Young scientist. No. 12(1). – P. 24–27.

5. Glushchenko, Yu. A. (2022). Ways to optimize credit policy as a guarantee of financial security of the bank. Scientific notes of the Institute of Legislation of the Verkhovna Rada of Ukraine. No. 2. – P. 111–118.

6. Report on financial stability (bank.gov.ua) <https://bank.gov.ua/ua/stability/report>

7. Kovalenko, V. (2022). Financial security of banks: realities and prospects of provision. Economic forum. No. 2. – P. 141–151.

8. Kubakh, T. G., Rudenko, E. Yu. (2021). Evaluation of the relationship between financial stability of the banking system and financial security of the state. Modern economics. No. 26. – P. 55–63.

9. Lisnyak, A. E. (2018). Formation of a strategy for ensuring bank financial security. Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: International eco-

economic relations and world economy. Issue 22(2). – P. 71–77.

10. Miro, I. M. (2021). Assessment of the level of banking security of Ukraine as an element of financial security management. Academic review. No. 2. – P. 33–47.

11. Mordan, E. Yu., Zhuravka, O. S., Didenko, K. V., Kravchenko, Ya. I. (2021). Financial security of the banking system of Ukraine: essence and evaluation. Business Inform. No. 1. – P. 243–251.

12. Prystupa, L.A., Koval, V.V., Kovalenko–Marchenko, E.V. (2020). Management of the development of the national banking sector on the basis of ensuring the financial security of banking institutions. Bulletin of the National University of Water Management and Nature Management. Economic sciences. Issue 4. – P. 282–292.

13. Roshylo, V. I. (2020). Security of the banking sector of Ukraine: essence and methods of determination. Market infrastructure. Issue 42. – P. 332–337.

14. Ryazanova, N. O. (2021). Organizational and financial mechanism for ensuring financial and economic security of the banking system. Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development. Vol. 3, no. 2. – P. 248–255.

15. Fedorushchenko, B.V. (2020). Essence and decomposition of financial security of the banking sector. Bulletin of the University of Banking. No. 3. – P. 52–58.

16. Fedorushchenko, B., Baranovsky, O. (2021). Formation of the system of ensuring financial security of the banking sector. Financial and credit activity: problems of theory and practice. No. 5. – P. 16–27.

17. Shevtsova, O.Y. (2022). The strategy of managing the bank's financial security. Collection of Scientific Works of Odessa National University of Economics. No. 8 (297), 2022. – P. 65–70.

### Дані про автора

**Чернишов Микита Олександрович,**

аспірант кафедри фінансів та бізнес-консалтингу, Київський національний університет технологій та дизайну

e-mail: 7378159@ukr.net

### Data about the author

**Mykyta Chernyshov,**

Postgraduate of the Department of Finance and Business Consulting Kyiv National University of Technologies and Design

e-mail: 7378159@ukr.net

## Особливості розвитку ринку державних цінних паперів

**Метою статті** є визначення особливостей розвитку ринку державних цінних паперів в Україні та їх оцінка з позицій змісту та імперативів концепції удосконалення оцінки ефективності функціонування діяльності банків на ринку державних цінних паперів на основі теорій ефективності фінансового ринку.

**Методика дослідження.** При написанні статті було використано сукупність загальнонаукових та специфічних методів економічних досліджень, зокрема, методи теоретичних узагальнень: аналіз, абстрактно-логічний метод (при обґрунтуванні концепції оцінки ефективності функціонування діяльності банків на ринку державних цінних паперів), економіко-статистичні методи (при оцінці річної емісії боргових зобов'язань, пов'язаних зі сталим розвитком, за період 2013–2021 рр.); методи порівняння та наукового синтезу (при обґрунтуванні систематизації кількості діючих банків в Україні за 2016–2022 рр., од.); методи графічного відображення одержаних результатів досліджень.

**Результати дослідження.** У результаті проведених досліджень визначено, що перерозподільна функція державних цінних паперів розкриває негативну тенденцію концентрації капіталу та доходів. Державні цінні папери, які є формами відносин державного боргу, являють собою довгостроковий фінансовий інструмент. Використовуючи їх, можливо, як стабілізувати, так і дестабілізувати грошовий обіг, надавати стимулюючий або стримуючий вплив на динаміку економічного зростання, більш рівномірно розподіляти в часі податковий тягар при фінансуванні дорогих інвестиційних проектів, з одного боку, і створювати реальний економічний тягар для майбутніх поколінь інший. Все залежить від пріоритету цілей, які переслідує уряд і компетентність керуючих цим фінансовим інструментом.

На основі систематизації науково-практичної літератури було визначено, що постійно існуюче протиріччя між величиною суспільних потреб та обмежених можливостей держави щодо їх задоволення призводить до необхідності використання кредитного фінансування. Особливо ця необхідність посилюється у кризовий період, коли бюджетний дефіцит стає характерним фінансовим явищем. Проаналізовано можливі джерела фінансування бюджетного дефіциту.

Наукова новизна результатів дослідження полягає у окресленні основних елементів особливостей розвитку ринку державних цінних паперів в Україні та їх оцінка з позицій змісту та імперативів концепції удосконалення оцінки ефективності функціонування діяльності банків на ринку державних цінних паперів на основі теорій ефективності фінансового ринку.

**Висновки.** Виявлені в результаті проведених досліджень тенденції, пріоритети і ціннісні орієнтири є визначальними для подальшого вирішення протиріччя між величиною суспільних потреб та обмежених можливостей держави щодо їх задоволення призводить до необхідності використання кредитного фінансування. Особливо ця необхідність посилюється у кризовий період, коли бюджетний дефіцит стає характерним фінансовим явищем.

**Ключові слова:** державні цінні папери, бюджетний дефіцит, діяльність банків, фінансовий ринок, фінансові інструменти.

BOTSMAN Yu. O.

IVASIV I. B.

## Features of the development of the government securities market

**The purpose of the article** is to determine the peculiarities of the development of the government securities market in Ukraine and their assessment from the standpoint of the content and imperatives of the concept of improving the assessment of the effectiveness of the functioning of banks in the government securities market based on the theories of financial market efficiency.

**Research methodology.** When writing the article, a set of general scientific and specific methods of economic research was used, in particular, methods of theoretical generalizations: analysis, abstract–

*logical method (when substantiating the concept of assessing the effectiveness of the functioning of banks on the market of government securities), economic and statistical methods (when assessment of the annual issue of debt obligations related to sustainable development for the period 2013–2021); methods of comparison and scientific synthesis (when justifying the systematization of the number of operating banks in Ukraine for 2016–2022, units); methods of graphic display of research results.*

**Research results.** *As a result of the conducted research, it was determined that the redistributive function of state securities reveals a negative trend of capital and income concentration. government securities, which are forms of government debt relations, represent a long-term financial instrument. Using them, it is possible to both stabilize and destabilize money circulation, have a stimulating or restraining effect on the dynamics of economic growth, distribute the tax burden more evenly over time when financing expensive investment projects, on the one hand, and create a real economic burden for future generations on the other. Everything depends on the priority of the goals pursued by the government and the competence of those managing this financial instrument.*

*Based on the systematization of scientific and practical literature, it was determined that the ever-existing contradiction between the magnitude of public needs and the limited capabilities of the state to meet them leads to the need to use credit financing. This need is especially intensified during the crisis period, when the budget deficit becomes a characteristic financial phenomenon. Possible sources of budget deficit financing are analyzed.*

*The scientific novelty of the research results lies in the outline of the main elements of the features of the development of the government securities market in Ukraine and their evaluation from the standpoint of the content and imperatives of the concept of improving the assessment of the effectiveness of the functioning of banks in the government securities market based on the theories of financial market efficiency.*

**Conclusions.** *The trends, priorities and value orientations revealed as a result of the research are decisive for the further resolution of the contradiction between the magnitude of public needs and the limited capabilities of the state in terms of their satisfaction, which leads to the need to use credit financing. This need is especially intensified during the crisis period, when the budget deficit becomes a characteristic financial phenomenon.*

**Key words:** *government securities, budget deficit, bank activity, financial market, financial instruments.*

**Постановка проблеми.** При всіх існуючих позитивах над іншими джерелами фінансування – державні цінні папери не завжди сприятливо впливають на фінансовий стан економіки. Випуск державних цінних паперів відволікає з фінансового ринку кошти заощаджень і накопичень потреб держави. Відповідно зменшуються можливості використання коштів безпосередньо у сфері виробництва. Такий стан веде до підвищення ціни фінансових ресурсів (ставок відсотків за кредит). Дорожнеча позикових коштів змушує скорочувати інвестиції у сферу виробництва. Виникає так званий ефект витіснення, що призводить до переливу капіталу з виробничої сфери в сферу обігу. Наслідком цього є зниження темпів зростання, і навіть падіння обсягів виробництва, що посилює кризові явища. Обсяг національного боргу під час кризи наростає.

На думку ряду економістів, становище вважається контрольованим, якщо державний борг не

перевищує половини ВВП, а бюджетний дефіцит не вищий за 2 – 3%. Висока частка боргу у ВВП потребує високих витрат за його обслуговування. Якщо темпи приросту реальної вартості обслуговування державного боргу істотно вищі за економічне зростання, може виникнути ситуація, коли дохід від нових випусків державних цінних паперів стає меншим за витрати на обслуговування загальної суми боргу [1]. Виникає так звана «боргова пастка», а ситуації спаду виробництва потрапляння в «боргову пастку» неминуче.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значну увагу проблемі державного регулювання та розвитку фондового ринку присвячено роботи відомих зарубіжних та українських вчених-економістів. Серед них: В. Базилевич, М. Бурмака, І. Бланка, З. Варналій, О. Василика, О. Василик, А. Гальчинського, В. Геєця, В. Колесник, Дж. Кейнса, В. Корнеєв, Ю. Лисенков, О. Мозговий, В. Оскольський, М. Паркін, Д. Па-

тінкін, В. Савченко, М. Самбірський, Дж. Долан, К. Форбс та ін.

В своїй діяльності дослідженням цінних паперів приділяли увагу такі науковці як: Є.О. Алісов, Н.М. Ковалко, Т.А. Латковська, О.А. Лукашев, О.П. Орлюк, Л.К. Царьова та деякі інші.

Дослідженням ринку державних цінних паперів займалися багато вчених, серед яких можна виділити Л. Дж. Кейнса, Г. Кунца, Й. Кхола, М. Фрідмана, В. Базилевича, О. Барановського, О. Василика, Т. Гужву, В. Загорського, А. Задоя, О. Іваницьку, С. Еша, Г. Карпенка, В. Колесника, В. Ляценка, Т. Майорову, О. Мендрула, Я. Міркіна, О. Мозгового, О. Поважного, М. Самбірського, І. Школьника та інших

Однак враховуючи швидкозмінюваність світових тенденцій та особливостей використання такого фінансового інструментарію як державних цінних паперів – актуальність їх дослідження не втрачається.

**Метою статті** є визначення особливостей розвитку ринку державних цінних паперів в Україні та їх оцінка з позицій змісту та імперативів концепції удосконалення оцінки ефективності функціонування діяльності банків на ринку державних цінних паперів на основі теорій ефективності фінансового ринку.

**Виклад основного матеріалу** дослідження. Розгляд перерозподільної функції державних цінних паперів розкриває негативну тенденцію концентрації капіталу та доходів. Йдеться про переміщення капіталу від осіб, які сплачують підвищені податкові суми, необхідні обслуговування державного боргу до одержувачам відсоткові платежі. Основними власниками державних цінних паперів є найзаможніші групи населення, отже, виплата відсотків за боргом ще збільшує соціальну диференціацію [2].

Таким чином, державні цінні папери, які є формами відносин державного боргу, являють собою довгостроковий фінансовий інструмент. Використовуючи їх, можливо, як стабілізувати, так і дестабілізувати грошовий обіг, надавати стимулюючий або стримуючий вплив на динаміку економічного зростання, більш рівномірно розподіляти в часі податковий тягар при фінансуванні дорогих інвестиційних проектів, з одного боку, і створювати реальний економічний тягар для майбутніх поколінь інший. Все залежить від пріоритету цілей, які переслідує уряд і компетентність керуючих цим фінансовим інструментом.

Теоретичний та методологічний аналіз економічної природи цінних паперів дозволяє зробити такі висновки – цінні папери є матеріальними носіями капіталу, природа якого є віртуальною. Вони опосередковують присвоєння доходу капітал і є формою потенційного фінансового капіталу [3].

Кількісна характеристика капіталу, поданого цінними паперами, пов'язана з тим, що титул власності за відчуження має ціну. Вона хоч і носить ірраціональний характер, оскільки її економічна основа утворюється шляхом використання методів дисконтування капіталу, зрештою, визначається накопиченням, процесом відтворення дійсного капіталу.

Поглибивши розуміння цінних паперів як особливий капітал, розглянувши еволюцію і функції, зауважимо, що з розвитком форм віртуального капіталу приховано розвиток виробничих відносин між власниками цінних паперів за більш прибуткове розміщення капіталу.

Дослідження державних цінних паперів як ринкового інструменту держзапозичень виявило суперечливий характер їхнього впливу на економіку. Використання цього фінансового інструменту може сприяти, як стабілізації, так і дестабілізації грошового обігу, вирішувати проблеми неінфляційного фінансування дефіциту державного бюджету і бути головним фактором стимулювання або стримування економічного зростання, більш рівномірно розподіляти в часі фінансування дорогих інвестиційних проектів і створювати економічне зростання. Покоління [4].

Теоретичним підґрунтям концепції удосконалення оцінки ефективності функціонування діяльності банків на ринку державних цінних паперів є різні теорії ефективності фінансового ринку. Результати дослідження основних представлено на таблиці.

Постійно існуюче протиріччя між величиною суспільних потреб та обмежених можливостей держави щодо їх задоволення призводить до необхідності використання кредитного фінансування [5]. Особливо ця необхідність посилюється у кризовий період, коли бюджетний дефіцит стає характерним фінансовим явищем.

Існують такі можливі джерела фінансування бюджетного дефіциту:

- 1) збільшення податків;
- 2) емісія грошей;
- 3) прямиий кредит цінних паперів;

**Основні концепції оцінки ефективності функціонування діяльності банків на ринку державних цінних паперів**

Концепції, теорії	Сутність ефективного банківського ринку	ФОРМИ ЕФЕКТИВНОСТІ
1. Гіпотеза ефективного тринку (Ю. Фама)	Ринок є ефективним щодо деякої інформації, якщо вона відразу і повністю відбивається в ціні активу, що робить цю інформацію непотрібною для отримання надприбутків	Слабка форма ефективності – ціни акцій відбивають усю інформацію щодо торгівлі ними у минулому. Середня форма (напівсильна) ціни акцій відображають усю загальнодоступну інформацію (минулу і поточну) Сильна форма ефективності – ціни акцій відбивають усю інформацію, що відноситься до фірми емітента, у т.ч. внутрішню (інсайдерську)
2. Теорія інвестиційної вартості іншого паперу	Ринок є ефективним, якщо, використовуючи одержану інформацію, не можна отримати відмінний від нормального прибуток або надприбуток (abnormal profit). Отже, на ефективному ринку інвестори повинні одержувати тільки нормальний прибуток і нормальну ставку дохідності за своїми інвестиціями	Абсолютно ефективний ринок являє собою такий ринок, на якому ціна на кожний цінний папір завжди дорівнює її інвестиційній вартості
3. Альтернативна концепція гіпотези ефективного ринку Т. Коупленда і ДЖ. Вестона	Вимоги до ефективного ринку: – без податків, операційних витрат; – усі акції ринкові; – усі послуги надаються за мінімальними цінами для всіх учасників; – усі покупці і продавці здійснюють діяльність максимально продуктивно; – множинність продавців і покупців; – інформаційна ефективність ринку.	Ефективність розподілу – пов'язана із розподільчою функцією фінансового ринку, і передбачає такий розподіл фондів на біржі, щоб забезпечити їх найефективніше використання. Цінова ефективність – означає, що «у будь-який час ціни акцій повинні відбивати всю інформацію про події, що відбулися, а також усі події, що можуть відбутися на ринку у майбутньому». Операційна ефективність – полягає в тому, що ефективність фінансового ринку обернено пропорційна витратам, які інвестори несуть при здійсненні транзакцій, тому щоб бути ефективним, ринок має забезпечувати операційні витрати з найнижчими цінами
4. Концепція витрат фінансового посередництва, зокрема, модель акумульованого капіталу	Ефективність фінансового ринку розглядають як величину, обернену різниці відсоткових ставок по кредитах і депозитах в банківській системі	

*Джерело: побудовано автором*

4) запозичення за кордоном;

5) запозичення на вітчизняному ринку [6].

Ухвалюючи рішення про вибір того чи іншого джерела для фінансування дефіциту держбюджету, необхідно взяти до уваги те, що, перше, під час кризи надходження податків до бюджету скорочується через виробничий спад. Збільшення їх може остаточно підірвати стимули розвитку, що посилять процеси стагнації. Спроба вирішити питання за рахунок підвищення непрямих податків посилює соціальну напруженість у суспільстві. По-друге, вихід із становища

за допомогою емісії грошей – це прямий шлях до дестабілізації грошового обігу та всієї фінансової системи через інфляцію. По-третє, прямий кредит центрального банку уряду по суті також веде до посилення інфляційних процесів, оскільки це кредитна емісія на вигляд, а по суті казначейська емісія, бо йде на покриття дефіциту бюджету. У зв'язку з цим у країнах з ринковою економікою пряме кредитування Національним банком Уряду є вкрай обмеженим або забороненим. По-четверте, позики за кордоном не завжди вдається отримати у потрібному обсязі. Нерідко наслідком



**Кількість діючих банків в Україні за 2016–2022 рр., од.**

*Джерело: складено автором за даними Мінфін*

є обмеження власної незалежності у прийнятті економічних рішень.

Тому запозичення на вітчизняному ринку досить часто бувають одним із найдоцільніших способів покриття бюджетного дефіциту. За рахунок випуску державних цінних паперів Уряд здатний швидко мобілізувати значні фінансові ресурси на добровільній основі та умовах повернення, платності та терміновості.

Кошти, залучені з допомогою позик, дозволяють державі надавати стабілізаційний вплив на економіку у вигляді протидії інфляційним проявам, проводити політику і динаміку економічного зростання через стимулювання додаткового попиту, регулювати розподіл фінансових ресурсів між різними сферами господарської діяльності, впливати на політику області [7].

Говорячи про ринок державних цінних паперів, необхідно чітко уявляти, яку роль він грає в економіці країни та розвитку банківської діяльності. Станом на 01.03.2023 р. кількість установ, що мають банківську ліцензію складала 65, що на 52 банки менше ніж у 2016 р. (було 117 банків) (див. рисунок).

Державні цінні папери є інструментом грошово-кредитної політики Національного банку України, який оперативно звужує або розширює свій портфель державних цінних паперів за рахунок збільшення або зменшення резервних рахунків комерційних банків.

### Висновки

Міжнародна практика показує, що дефіцит бюджету у межах є потужним стимулом зростання економіки. Він сприятливо впливає на економіч-

ну кон'юнктуру під час спаду. З іншого боку, необхідно враховувати, що дефіцити, що зросли, при високій зайнятості в ряді розвинених країн у 80-х роках надавали негативний вплив на економіку і знижували темпи її зростання.

Великі бюджетні дефіцити і держборг безпосередньо викликають значний ефект витіснення, коли економіка знаходиться близько до повної зайнятості [9].

Сутність ефекту витіснення у тому, що дефіцитна фіскальна політика матиме тенденцію зростання відсоткові ставки і скорочення інвестиційних витрат, і цим вона послаблює чи повністю підриває стимулюючий ефект фіскальної політики.

Світовий досвід показує, що на окремих етапах розвитку економіки, в умовах, специфічних для окремої країни, величина бюджетного дефіциту не повинна перевищувати допустимого розміру, який визначається 2–3% ВВП. Якщо він перевищує допустимі норми, слід його скорочувати. Заходи для досягнення цієї мети мають бути такими, щоб вони, з одного боку, стимулювали надходження коштів до бюджету, а з іншого боку сприяли скороченню держвидатків.

### Список використаних джерел

1. Макаренко Ю.П., Сагач Т.О. Проблеми формування депозитного портфеля банків в умовах нестабільності депозитної бази та шляхи їх вирішення [Електронний ресурс] / Ю.П. Макаренко, Т.О. Сагач — 2016. — Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/1\\_2016/5.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2016/5.pdf) (дата звернення 11.12.2020).
2. Матвеев В.В., Гайдаржийська О.М., Василенко В.В. Дослідження депозитного портфелю як інструменту ресурсної політики банку [Електронний ресурс]



/ В.В. Матвеев, О.М. Гайдаржийська, В.В. Василенко /  
/ Молодий вчений. — 2018. — Режим доступу: <http://www.molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3/146.pdf> (дата звернення 11.12.2020)

3. Пономаренко В.С. Моделювання поведінки інвестора на фондовому ринку / В.С. Пономаренко, О.В. Раєвнева, К.А. Стрижиченко. Харків: ВД «Інжек». — 2004. — 264 с.

4. Колупаєв Ю.Б. Обґрунтування напрямку перспективного розвитку фондового ринку України / Ю.Б. Колупаєв, С.С. Залюбовська, М.А. Яковенко // Ефективна економіка. — 2018. — № 8.

5. Уманцев Ю. Міжнародне портфельне інвестування в контексті фінансової глобалізації / Ю. Уманцев, В. Ємець // Вісник НБУ. — 2008. — № 9 (149). — С. 26–34.

6. Корнійчук О. Системні проблеми фондового ринку України та їх вплив на реалізацію національних інтересів у фінансовій сфері // Економічний Часопис XXI. — 2006. — № 3–4.

7. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність: навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2017. — 376 с.

8. Гончар Т.Г. Еволюція портфельної теорії та сучасні реалії фінансових відносин // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. — 2016. — № 16. — 131–135 с.

9. Любунь О.С., Іванець І.В., Адамик Б.П. Національний банк України: основні функції, грошово-кредитна політика, регулювання банківської діяльності / О.С. Любунь, І.В. Іванець, Б.П. Адамик. — Київ: УнТЕКОНОМІКИ та ПРАВА «КРОК», 2005. — 512 с.

## References

1. Makarenko, Yu.P. and Sagach, T.O. (2016), «Problems of formation of the deposit portfolio of banks in the conditions of instability of the deposit base and ways of their solution», *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*, vol. 1, available at: [http://www.investplan.com.ua/pdf/1\\_2016/5.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2016/5.pdf) (Accessed 11 December 2020)

2. Matveev, V. Gaidarzhinskaya, O. and Vasilenko, V. (2018), «Research of the deposit portfolio as an instrument of the bank's resource policy», *Molodyj vchenyj*, vol. 3, available at: <http://www.molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/3/146.pdf> (Accessed 11 December 2020)

3. Ponomarenko, V. S. Raevnieva, O. V. and Stryzhychenko, K. A. (2004), *Modeliuvannia povedinky investora na fondovomu rynku [Modeling investor behavior in the stock market]*, Inzhek, Kharkiv, Ukraine

4. Kolupaiev, Yu. B. Zaliubovs'ka, S. S. and Yakovenko, M. A. (2018), «Substantiation of the direction of per-

spective development of the stock market of Ukraine», *Efektivna ekonomika*, vol. 8, available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8\\_2018/49.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2018/49.pdf) (Accessed 17 January 2021).

5. Umantsev, Yu. and Yemets', V. (2008). «International portfolio investment in the context of financial globalization», *Visnyk NBU*, vol. 9, pp. 26–34

6. Kornijchuk, O. (2006), «Systemic problems of the stock market of Ukraine and their impact on the realization of national interests in the financial sphere», *Ekonomichnyj Chasopys XXI*, vol. 3–4

7. Majorova, T.V. (2017), *Investytsijna diial'nist' [Investment activity]*, Tsentr navchal'noi literatury, Ukraine, Kyiv

8. Honchar, T. H. (2016), «Evolution of portfolio theory and modern realities of financial relations», *Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment*, vol. 16, pp. 131–135

9. Liubun', O.S. Ivanets', I.V. and Adamyk, B.P. (2005), *Natsional'nyj bank Ukrainy: osnovni funktsii, hroshovo-kredytna polityka, rehuliuвання bankivskoi diial'nosti [National Bank of Ukraine: main functions, monetary policy, regulation of banking activities]*, Unt ekonomiky ta prava «KROK», Kyiv, Ukraine.

## Дані про авторів

### **Боцман Юрій Олександрович,**

аспірант кафедри «Фінанси, банківська справа та страхування», Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

e-mail: [botsman.yurii@kneu.edu.ua](mailto:botsman.yurii@kneu.edu.ua)

ORCID 0000-0002-4338-322X

### **Івасів Ігор Богданович,**

д.е.н., професор кафедри банківської справи та страхування», Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

e-mail: [iivasiw@kneu.edu.ua](mailto:iivasiw@kneu.edu.ua)

ORCID iD 0000-0003-3108-9338

## Data about the authors

### **Yurii Botsman,**

Graduate student, Department of Finance, Banking and Insurance Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

e-mail: [botsman.yurii@kneu.edu.ua](mailto:botsman.yurii@kneu.edu.ua)

### **Igor Ivasiv,**

Doctor of Economics Professor of the Department of Banking and Insurance, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

e-mail: [iivasiw@kneu.edu.ua](mailto:iivasiw@kneu.edu.ua)

# ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

УДК 336.77

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8141716>

КРАСНОЖОН С. В.  
ІВАНОВ В. Є.

## Суверенні фонди як альтернатива корпоративного інвестування

**Предмет дослідження** – є аналіз процесу та ефективності створення суверенних фондів, їх структури, функцій та стратегій інвестування.

**Мета статті** – основною метою створення суверенних фондів є мобілізація та акумуляція інвестиційних ресурсів з метою реалізації державних завдань з фінансування суспільно значущих проєктів.

**Методологія проведення роботи** – діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу потреб і можливостей, метод кейс-студії дозволив застосувати досвід інших країн для пропозиції створенням суверенних фондів в Україні.

**Результати роботи** – такий підхід корпоративного інвестування дозволить акумулювати необхідні фінансові ресурси для розвитку галузей, які мають вирішальне значення для реалізації пріоритетних завдань у питаннях відбудови та розвитку економіки, структурних перетворень та модернізації виробництва.

**Висновки** – створення Фондів на принципах державно-приватного партнерства є потужним інструментом для активізації економічного розвитку України. Ці фонди можуть стати каталізатором реалізації стратегічних пріоритетів у відновленні та розвитку економіки, структурних перетворень та модернізації виробництва.

**Ключові слова:** фінансові активи, фінансові інструменти, фінансові ресурси, корпоративне інвестування, економічна ефективність.

KRASNOZHON S. V.  
IVANOV V. E.

## Sovereign wealth funds as an alternative to corporate investment

**The subject of the study** is to analyze the process and efficiency of creating sovereign wealth funds, their structure, functions and investment strategies.

**Purpose of the article** – the main purpose of creating sovereign wealth funds is to mobilize and accumulate investment resources in order to implement state tasks to finance socially important projects.

**Methodology** – the dialectical method of scientific cognition, the method of analysis of needs and opportunities, the case study method allowed to apply the experience of other countries to propose the creation of sovereign wealth funds in Ukraine.

**Results** – this approach of corporate investment will allow accumulating the necessary financial resources for the development of industries that are crucial for the implementation of priority tasks in the issues of economic recovery and development, structural transformations and modernization of production.

**Conclusions** – The creation of funds based on the principles of public–private partnership is a powerful tool for enhancing Ukraine’s economic development. These funds can become a catalyst for the implementation of strategic priorities in economic recovery and development, structural transformation, and modernization of production.

**Keywords:** financial assets, financial instruments, financial resources, corporate investment, economic efficiency.

За майже 30 років Україна, як суверенна держава, пододала значний шлях у побудові інститутів спільного інвестування. Закони та нормативно–правові акти, які врегульовують питання створення, діяльності та ліквідації (розрахунків з учасниками інститутів спільного інвестування) в Україні відповідають вимогам директив Європейського Союзу, які стосуються діяльності інвестиційних фондів, запроваджена система як державного контролю та нагляду, побудована система саморегулювання, яка підвищила ефективність діяльності та зменшила корупційну складову. Однак, після початку широкомасштабної агресії проти України, діяльність ІСІ дещо сповільнилась.

Агресія проти України нанесла значну шкоду усім галузям економіки держави. Так, станом на 23 березня 2023 року, за даними спільної оцінки, оприлюдненої Урядом України, Групою Світового Банку, Європейською Комісією та ООН, потреби України на відбудову та відновлення економіки становлять 411 мільярдів доларів США (що дорівнює 383 мільярди євро). Основними пріоритетами Уряду є фінансування наступних напрямків: енергетична інфраструктура, житловий фонд, критична інфраструктура, гуманітарне розмінування [1].

Як показує світовий досвід, з метою подолання кризи, реалізації значущих інфраструктурних та інвестиційно–соціальних проектів, урядами інших країн використовуються фінансові активи та фінансові інструменти суверенних фондів.

За своєю сутністю суверенний фонд це – державний інвестиційний фонд, активи якого можуть включати акції державних чи публічних компаній, облігації, майно, дорогоцінні метали та інші активи [2]. Світовий досвід показує, що

суверенні фонди завжди створюються та фінансуються державою, фінансові ресурси суверенного фонду можуть бути напряму вбудовані до бюджетної системи держави. Власником суверенного фонду, зазвичай, виступає уряд держави, в якій цей фонд створюється. Уряд може володіти коштами фонду напряму або опосередковано через керуючу компанію. Основною метою створення таких фондів є мобілізація та акумуляція інвестиційних ресурсів з метою реалізації державних завдань з фінансування суспільно значущих проектів [3]. За своїм призначенням суверенні фонди поділяють на:

- стабілізаційні – використовуються для використання коштів під час кризи
- оцадні – створенні для перерозподілу надходжень, їх збереження та примноження
- інвестиційні фонди стратегічного розвитку – спрямовані на довгострокове стимулювання економіки, формування джерел для проведення державою політики «довгих грошей» та компенсації нестабільності бюджетних доходів [3].

За оцінкою Sovereign Wealth Fund Institute, існує 81 суверенний фонд в 51 країні (з них 31 – «нафтові»). Більшу частину з них становлять ресурсні фонди: на них припадає 61% всіх світових активів суверенних фондів. Серед нересурсних фондів значно виділяються китайські, які керують 22% світових активів суверенних фондів і мають 72% всіх активів нересурсних фондів. Активи суверенних фондів добродути становлять приблизно 75% світових активів у сумі понад \$5,8 трлн, де за обсягом активів помітно лідирує суверенний фонд Норвегії [4].

Нажаль, в Україні суверенний фонд так і не створений, оскільки створення, діяльність зазна-

ченої інституції потребує прийняття окремого законодавчого акту.

Тому, в ситуації, яка склалася, для забезпечення реалізації завдань, щодо відбудови економіки держави доцільно було б використати напрацьований досвід пов'язаний із діяльністю інститутів спільного інвестування, а саме відпрацьовані процеси створення, залучення, обліку, інвестування та управління активами. З цією метою, за рішенням Кабінету Міністрів України доцільно було б створити галузеві корпоративні інвестиційні венчурні фонди за принципом державно–приватного партнерства, яке б надало змогу залучити в систему спільного інвестування кошти приватних вітчизняних та закордонних інвесторів. До складу засновників з боку держави, за розпорядженням Кабінету Міністрів України, можуть входити: підприємства державного сектору економіки, Національний Банк України, Міністерство Фінансів України, Міністерство Економіки України, Фонд державного майна України, цим же розпорядженням доцільно сформувати та затвердити склади наглядових рад створюваних фондів. Доцільно було б також передбачити входження до наглядових рад представників міжнародних фінансових організацій, зацікавлених у реалізації (спільному фінансуванні) інвестиційних проектів.

На першому етапі, задля створення галузевих корпоративних інвестиційних венчурних фондів, провести інвентаризацію активів у вигляді корпоративних прав, що належать державі, та визначити пакети акцій, які можна було б передати для формування початкових статутних капіталів цих фондів. Це можуть бути акції державних акціонерних компаній або акціонерних товариств державного сектору економіки.

Статутний капітал галузевих корпоративних фондів може бути також сформований за рахунок державних та корпоративних боргових цінних паперів.

В регламентах створюваних фондів необхідно обов'язково передбачити, що активи, які надаються державою з метою формування початкових статутних капіталів не можуть бути відчужені без відповідних рішень Уряду, це дозволить уникнути негативних наслідків щодо втрати цих активів. Також регламентами передбачити можливість виходу інвесторів із фондів не раніше терміну закінчення інвестиційних проектів, однак не обмежувати обіг акцій, що випускаються, на вторинному ринку.

За напрямками інвестування задля відновлення економіки пропонується створити фонди: електроенергетичний, аграрний, інфраструктурний, фонд розвитку оборонно–промислового комплексу, фонд новітніх технологій та розвитку індустріальних парків.

Після формування початкових статутних капіталів та визнання фондів, як такими, що відбулися, провести реєстрації випусків акцій з метою здійснення діяльності із спільного інвестування. Розміщення акцій провести із залученням андеграйтерів.

Основними завданнями створюваних фондів є:

- акумулювати фінансові кошти іноземних держави та господарюючих суб'єктів, у тому числі комерційних банків, іноземних фондів та інвесторів, міжнародних фінансових організацій та інших зацікавлених структур;

- здійснювати фінансування найважливіших проектів, що мають вирішальне значення для реалізації пріоритетних завдань у відновленні та подальшого розвитку економіки, насамперед реального сектору, структурних перетворень та модернізації виробництва;

- фінансувати програми оновлення та технічного переозброєння стратегічно важливих підприємств, насамперед базових галузей економіки шляхом надання фінансових позик за рахунок активів фонду;

- забезпечувати фінансування проектів, спрямованих на технічне переозброєння та нарощування темпів та обсягів виробництва;

- фінансувати реалізацію національних соціально–значущих державних програм та проектів з формування виробничої та невиробничої інфраструктури, насамперед у постраждалих від бойових дій регіонах;

- здійснювати фінансування модернізації та розвитку інфраструктури з метою створення умов для інтеграції України до міжнародної мережі комунікацій, що забезпечують найкоротший вихід на міжнародні транспортні коридори та світові ринки;

- забезпечувати організацію спільного фінансування проектів із міжнародними фінансовими інститутами та кредитними установами.

Слід зазначити, що додатковими джерелами формування активів фондів можуть бути:

- кошти від реалізації конфіскованих активів держави–агресора;

## ІННОВАЦІЙНО–ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

• додаткові надходження, що утворюються внаслідок сприятливої кон'юнктури світових цін на стратегічні ресурси, а також за окремими видами податків та платежів від суб'єктів господарювання, що визначаються Кабінетом Міністрів України при затвердженні Державного бюджету на черговий рік;

- частина активів Уряду іноземній валюті;
- кошти від реалізації державного майна іноземним інвесторам за іноземну валюту понад обсяги, враховані при формуванні доходів Державного бюджету;
- інвестиційні доходи від управління активами Фондів.

Контроль за цільовим використанням коштів та напрямками інвестування може здійснюватися наглядовою радою Фондів.

Створення Фондів дозволить акумулювати необхідні фінансові ресурси для розвитку галузей, які мають вирішальне значення для реалізації пріоритетних завдань у питаннях відбудови та розвитку економіки, структурних перетворень та модернізації виробництва. Сюди належать передусім галузі паливно–енергетичного комплексу, хімічної промисловості, машинобудування, агропромислового комплексу, військово–промислового комплексу, виробничої та невиробничої інфраструктури, науково–дослідні сфери та інші.

Управління активами зазначених фондів повинна здійснюватися компанією з управління активами, яка може обиратись серед діючих компаній, як вітчизняних, так і іноземних або така компанія може бути створена за рішенням Уряду. Однак, у разі прийняття такого рішення, буде необхідно внести відповідні зміни до діючого законодавства.

Суб'єкти, які будуть здійснювати обслуговування діяльності створюваних Фондів, а саме: торгівці цінними паперами, зберігачі, оцінювачі майна, аудитори можуть бути залучені за результатами конкурсів, щодо їх відбору. Умови та вимоги до таких суб'єктів можуть бути затверджені Кабінетом Міністрів.

Слід зазначити, що робота зі створення подібної системи в Україні вже розпочато, так у жовтні 2022 року, між Урядом України та компанією «BlackRock Financial Market Advisory» було підписано Меморандум про взаєморозуміння (Memorandum of Understanding, MoU). На сьогодні Урядом України вже розпочато роботу разом з найбільшою у світі інвестиційною компанією

«BlackRock». Найближчим завданням компанії є створення в Україні спеціальної інвестиційної структури для подальшого залучення іноземних інвестицій. Створена структура має допомогти приватним інвесторам приєднатися своїм капіталом до реконструкції та відновлення української економіки після нашої перемоги. При цьому іноземці вважають, що основне фінансове навантаження у цьому процесі має взяти на себе саме Україна. Наразі ведуться перемовини з компанією BlackRock FMA щодо надання консультацій Мінекономіки щодо розробки дорожньої карти створення нової структури для залучення інвестицій в Україну, зокрема щодо її повноважень, управління та варіантів роботи з приватними інвесторами. Співпраця з BlackRock може укладатися у термін Public Private Partnership (PPP) – державно–приватне партнерство [5].

Варіант зі створенням BlackRock інвестиційного фонду для акумуляції коштів приватних інвесторів та фінансування з нього українських проєктів є оптимальним. Проте, з метою належного захисту прав інвесторів, американська сторона наполягає на формуванні законодавчої бази, та готові надати консультаційну допомогу в опрацюванні відповідної нормативної бази.

Сучасна історія наочно демонструє, що розвинений інвестиційний бізнес визначає здатність країни залишатися конкурентною. Досвід фінансування розвитку інвестиційного венчурного бізнесу країнами з «наздоганяючою» економікою довів, що змішане або пряме державне інвестиційне фінансування венчурних проєктів є ефективним та результативним.

Створення корпоративних інвестиційних венчурних фондів на принципах державно–приватного партнерства є потужним інструментом для активізації економічного розвитку України. Ці фонди можуть стати каталізатором реалізації стратегічних пріоритетів у відновленні та розвитку економіки, структурних перетворень та модернізації виробництва.

Проте, успіх цієї ініціативи залежить від ефективного управління і контролю за діяльністю фондів, транспарентності процесів, а також від вмілого використання різноманітних джерел для формування активів фондів. Відповідно, потребується якісне регулювання цієї сфери на законодавчому рівні та забезпечення захисту інтересів всіх зацікавлених сторін.

**Список використаних джерел**

1. Потреби України на відбудову зросли до 411 млрд доларів. 2023. URL: [https://lb.ua/economics/2023/03/23/549793\\_potrebi\\_ukraini\\_vidbudovu\\_zrosli.html](https://lb.ua/economics/2023/03/23/549793_potrebi_ukraini_vidbudovu_zrosli.html)

2. Перевірка пандемією: як суверенні фонди допомогли деяким країнам під час кризи. 2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/12/2/680318/>

3. Найбільший у світі суверенний фонд заробив понад \$120 мільярдів. 2021. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2021/01/28/59225678/>

4. Sovereign Wealth Funds. 2020 report. URL: <http://surl.li/hchqf>

5. Blackrock in Ukraine. 2023. URL: <https://minfin.com.ua/invest/articles/blackrock-v-ukraine-hto-na-samom-dele-budet-delat-zdes-investicionny-gigant/>.

**References**

1. Ukraine's reconstruction needs have increased to \$411 billion. 2023. URL: [https://lb.ua/economics/2023/03/23/549793\\_potrebi\\_ukraini\\_vidbudovu\\_zrosli.html/](https://lb.ua/economics/2023/03/23/549793_potrebi_ukraini_vidbudovu_zrosli.html/)

2. Pandemic test: how sovereign wealth funds helped some countries during the crisis. 2021. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/12/2/680318/>

3. The world's largest sovereign wealth fund earned over \$120 billion. 2021. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2021/01/28/59225678/>

4. Sovereign Wealth Funds. 2020 report. URL: <http://surl.li/hchqf>

5. Blackrock in Ukraine. 2023. URL: <https://minfin.com.ua/invest/articles/blackrock-v-ukraine-hto-na-samom-dele-budet-delat-zdes-investicionny-gigant/>.

**Дані про авторів****Красножон Світлана Володимирівна,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

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

**Іванов Володимир Євгенович,**

здобувач бакалаврського рівня, факультет фінансів ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

e-mail: [v.i.jeckavich@gmail.com](mailto:v.i.jeckavich@gmail.com)

**Data about the authors****Svitlana Krasnozhon,**

Candidate of economics, associate professor of department of corporate finance and controlling Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

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

**Volodymyr Ivanov,**

Bachelor's degree holder, Faculty of Finance of Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

e-mail: [v.i.jeckavich@gmail.com](mailto:v.i.jeckavich@gmail.com)

# ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 658.14

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8141734>

МАРТИНЕНКО В. П.

МАКАЛЮК І. В.

## Запобігання банкрутства промислових підприємств у нестійкому ринковому середовищі

**Предметом дослідження** є теоретичні та практичні аспекти щодо формування системи антикризових заходів для запобігання банкрутства промислових підприємств.

**Метою дослідження** є розробка заходів антикризового характеру для оздоровлення промислових підприємств, що функціонують у нестійкому ринковому середовищі.

**Методи дослідження.** В процесі написання статті було використано наступні методи: абстрактно-логічний, систематизації та групування.

**Результати роботи.** В результаті проведеного дослідження було зазначено, що ключовою причиною виникнення кризової ситуації на вітчизняних промислових підприємствах є відсутність системи раннього попередження та реагування, а банкрутство є закономірним результатом системної кризи, зумовленої синергетичним ефектом різних видів криз, властивих суб'єкту господарювання.

В науковій статті визначено стадії кризи на підприємстві та відмічено, що тимчасові фінансові вкладення не дозволяють вивести промислові підприємства із стану кризи, оскільки відсутність грошових коштів є наслідком, а не причиною.

В роботі представлено етапи проведення фінансово-економічної санації суб'єктів господарювання. Для прогнозування банкрутства запропоновано модель визначення рівня життєздатності промислових підприємств Мартиненка В.П., використання якої дасть змогу одержати розгорнуту картину кризового фінансового стану підприємства і застосувати найбільш оптимальні методи та форми його майбутнього фінансового оздоровлення.

В межах оперативного механізму оздоровлення промислового підприємства запропоновано проведення наступних видів реструктуризації: реструктуризація оборотних та необоротних активів, пасивів, виробництва, маркетингу, кадрова та організаційна реструктуризація.

В роботі рекомендовано відновлювати фінансову стійкість у довгостроковому періоді шляхом проведення комплексної реструктуризації промислового підприємства.

**Галузь застосування результатів.** Управління, економіка підприємства, фінанси підприємств.

**Висновки.** В результаті дослідження в науковій статті визначено, що зародження неплатоспро-

можності підприємства обумовлено фінансовою, економічною, комерційною, управлінською, соціальною та організаційною кризами.

Проведене дослідження дозволило визначити, що реалізація фінансово-економічної санації підприємства є ключовим фактором оздоровлення промислового підприємства і повинна включати наступні етапи: раннє виявлення потенційних ознак кризового стану, які можуть викликати введення процедур банкрутства; визначення масштабу кризи на промисловому підприємстві; вивчення факторів, які обумовлюють кризовий стан та розвиток промислового підприємства; визначення цілей і вибір основних методів оздоровлення підприємства; вибір відповідних форм санації підприємства.

В роботі відмічено, що невід'ємним та найважливішим компонентом санаційного процесу є координація та контроль проведення запланованих заходів. Зазначено, що використання промисловими підприємствами запропонованих етапів санації дозволить виявити приховані резерви, поліпшити організацію виробництва, підвищити якість продукції, зменшити експлуатаційні витрати на виробництві, створити працездатний колектив та командну атмосферу.

**Ключові слова:** економіка підприємства, управління, фінанси підприємств, ринкове середовище.

MARTYNYENKO V. P.  
MAKALIUK I. V.

### **Prevention of bankruptcy of industrial enterprises in an unstable market environment**

**The subject of the study** is theoretical and practical aspects of the formation of a system of anti-crisis measures to prevent the bankruptcy of industrial enterprises.

**The purpose of the study** is to develop anti-crisis measures for the recovery of industrial enterprises operating in an unstable market environment.

**Research methods.** In the process of writing the article, the following methods were used: abstract-logical, systematization and grouping.

**Results of work.** As a result of the conducted research, it was stated that the key reason for the emergence of a crisis situation at domestic industrial enterprises is the lack of an early warning and response system, and bankruptcy is a natural result of a systemic crisis caused by the synergistic effect of various types of crises inherent in the economic entity.

In the scientific article, the stages of the crisis at the enterprise are defined and it is noted that temporary financial investments do not allow industrial enterprises to be brought out of the state of crisis, since the lack of funds is a consequence, not a cause.

The paper presents the stages of financial and economic rehabilitation of economic entities. To predict bankruptcy, it is proposed to use the model of determining the level of viability of industrial enterprises by V.P. Martynenko, the use of which will make it possible to obtain a detailed picture of the crisis financial state of the enterprise and to apply the most optimal methods and forms of its future financial recovery.

The following types of restructuring are proposed within the framework of the operational mechanism for industrial enterprise recovery: restructuring of current and non-current assets, liabilities, production, marketing, personnel and organizational restructuring.

In the work, it is recommended to restore financial stability in the long term by carrying out a comprehensive restructuring of the industrial enterprise.

**Field of application of results.** Management, enterprise economy, enterprise finance.

**Conclusions.** As a result of the research in the scientific article, it was determined that the origin of the insolvency of the enterprise is caused by financial, economic, commercial, managerial, social and organizational crises.

The conducted research made it possible to determine that the implementation of the financial and



*economic rehabilitation of the enterprise is a key factor in the recovery of the industrial enterprise and should include the following stages: early detection of potential signs of a crisis state, which may cause the introduction of bankruptcy procedures; determination of the scale of the crisis at the industrial enterprise; study of the factors that determine the crisis situation and the development of an industrial enterprise; definition of goals and selection of basic methods of improvement of the enterprise; selection of appropriate forms of rehabilitation of the enterprise.*

*The work noted that the integral and most important component of the rehabilitation process is the coordination and control of the planned activities. It is noted that the use of the proposed stages of rehabilitation by industrial enterprises will reveal hidden reserves, improve the organization of production, increase the quality of products, reduce operational costs in production, create an efficient team and a team atmosphere.*

**Keywords:** enterprise economy, management, enterprise finance, market environment.

**Постановка проблеми.** В умовах війни, коли вітчизняні суб'єкти господарювання функціонують у нестійкому ринковому середовищі, значна кількість підприємств опиняється в кризовому стані, що може призвести до банкрутства. Це пов'язано, перш за все, з наявністю некваліфікованих кадрів, відсутністю антикризового управління та належного фінансування санаційного процесу. Це призводить до того, що велика кількість фінансово стійких та потенційно платоспроможних підприємств опиняється в стані кризи, а згодом банкрутує. Але такої ситуації можна уникнути, якщо заздалегідь вжити необхідних заходів для оздоровлення підприємства. Застосування грамотно розроблених заходів в управлінні по всіх напрямках функціонування підприємства дозволяє суб'єкту господарювання вийти із стану кризи, повернути прибутковість і в подальшому розрахуватись з усіма боргами.

Однією із причин виникнення кризової ситуації на вітчизняних промислових підприємствах є відсутність системи раннього попередження та реагування, одним із завдань якого є прогнозування ймовірності банкрутства. Варто зазначити, що банкрутство промислового підприємства та його ліквідація в подальшому негативно відобразиться не тільки на власниках даного підприємства, кредиторів, виробничих партнерах, споживачах продукції. В державі також буде спостерігатись зменшення податкових надходжень до бюджету та збільшення безробіття, що може призвести до макроекономічної нестабільності. У зв'язку з цим вивчення питань запобігання банкрутства промислових підприємств є актуальним і має науково-практичне значення.

Питаннями, які пов'язані із оздоровленням підприємств займалися такі вітчизняні науковці як

І.О. Бланк, О.М. Подерьогін, А.В. Череп, В.В. Костецький, Т.В. Донченко, Т.М. Білоконь, К.Л. Ларіонова, В.О. Василенко та інші. Аналізуючи праці науковців з даної проблематики можемо зазначити, що питання, пов'язані з дослідженням запобігання банкрутства промислових підприємств, які функціонують у нестабільному ринковому середовищі, продовжують залишатись недостатньо дослідженими і потребують подальшого опрацювання.

**Метою дослідження** є розробка заходів антикризового характеру для оздоровлення промислових підприємств, що функціонують у нестійкому ринковому середовищі.

**Виклад основного матеріалу** дослідження. Функціонування промислових підприємств в нестабільних ринкових умовах показало, що навіть прибуткові суб'єкти господарювання з метою уникнення банкрутства повинні постійно стежити за своїм фінансовим становищем і аналізувати платоспроможність та фінансову стійкість. Банкрутство підприємства є наслідком глибокої фінансової кризи, коли має місце незадовільна структура активів та пасивів, розбалансованість діяльності підприємства та обмеженість можливостей впливу його керівництво на фінансові відносини. Підприємство неспроможне здійснювати фінансове забезпечення поточної виробничої діяльності. Втім, на нашу думку, зародження неплатоспроможності підприємства обумовлено й іншими видами кризи:

- економічною (ситуація, коли матеріальні ресурси компанії використовуються неефективно, спостерігається значне падіння виробництва продукції);

- комерційною (спостерігається зменшення кількості реалізованих товарів та зниження виручки від реалізації);

– управлінською (неефективне використання людських ресурсів, що часто означає також низьку компетентність керівництва та неадекватність управлінських рішень вимогам зовнішнього середовища);

– соціальною (виникає при загостренні протиріч інтересів різних соціальних груп чи утворень: працівників та роботодавців, працівників та менеджерів);

– організаційною (виникає при поділі та інтеграції діяльності, розподілі функцій, регламентації діяльності окремих підрозділів, окремих філій чи дочірніх фірм. Це проявляється у ділових конфліктах, у виникненні безвідповідальності, складності контролю).

Тому банкрутство підприємства варто розглядати не лише як можливий результат платіжної кризи, але і як закономірний результат системної кризи, зумовленої синергетичним ефектом різних видів криз, властивих підприємству. У зв'язку з цим доцільно виявити стадії кризи підприємства. Ми вважаємо, що від виду кризи та її глибини залежить ступінь небезпеки щодо банкрутства підприємства.

Криза має стадії, які можуть бути класифіковані наступним чином:

– рання, що характеризується окремими проявами неефективності у виробництві, збуті (зростання запасів сировини і матеріалів, зниження темпів зростання продажів);

– проміжна, характеризується браком оборотних коштів, призупиненням постачання кредиту, затримкою з виплати заробітної плати;

– пізня, коли підприємство перебуває у стані хаосу, порушуються графіки виробництва, кредитори вимагають зміни умов кредиту, а постачальники – передоплати [1].

Слід зазначити, що керівники багатьох підприємств, як правило, зволікають з проведенням санації промислового підприємства і усвідомлюють необхідність стороннього втручання в останній момент, коли вже необхідні оперативні дії, а часу на проведення реструктуризації підприємства просто не залишається. Крім того, реформування суб'єкта господарювання потребує значних капіталовкладень, які також відсутні в умовах дефіциту ліквідності на таких підприємствах.

Варто відмітити, що тимчасові фінансові вкладення не дозволяють вивести підприємства із стану кризи, оскільки відсутність грошових ко-

штів є наслідком, а не причиною. Таким чином, у багатьох промислових підприємств виникає необхідність впровадження системи раннього попередження та реагування з метою швидкої ідентифікації кризи та розробки антикризових заходів з метою проведення фінансово-економічної санації на промисловому підприємстві.

Реалізація фінансово-економічної санації є ключовим фактором оздоровлення промислового підприємства і повинна передбачати наступні етапи:

1. Раннє виявлення потенційних ознак кризового стану, які можуть викликати введення процедур банкрутства. В світовій практиці застосовуються зарубіжні методи прогнозування банкрутства, які можна класифікувати за двома категоріями:

1. А-методи – суб'єктивні методи, згідно яких симптомам банкрутства присвоюють певну кількість балів і розраховують агрегований показник: (А-рахунок), (методи Аргенти, Скоуна та інші) [2,3].

2. Z-методи, що передбачають розрахунок інтегрального показника з використанням даних фінансової звітності.

Але моделі західних економістів були розроблені в економічних умовах, відмінних від українських, тому їх використання призводить до значних відхилень прогнозу від фактичних даних. Адже зарубіжні методика не враховують специфіку фінансової звітності вітчизняних суб'єктів господарювання, галузевих особливостей розвитку промислових підприємств та притаманних їм форм організацій бізнесу. До того ж, українські підприємства функціонують в умовах, де мають місце інші темпи інфляції, свої способи її стримування, фази макроекономічного циклу, висока фондо-, енерго- і трудомісткість виробництва, не достатньо висока продуктивність праці, платоспроможний попит населення, несприятливий податковий, інвестиційний та фінансово-кредитний клімат.

В даний час важливим є питання вибору моделей оцінки ризику неспроможності суб'єктів господарювання, використання яких дозволяє прогнозувати настання банкрутства українських промислових підприємств. Тому українськими вченими – економістами були розроблені моделі прогнозування ризику банкрутства, які мають ряд переваг у порівнянні із зарубіжними аналогами:

– по-перше, дозволяють розрахувати ризик виникнення банкрутства за наявності мінімальних відомостей про діяльність підприємства;

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

– по-друге, допомагають виявити можливість виникнення нестійкого фінансового стану підприємства на початковому етапі, що дозволяє вчасно вжити заходів щодо його усунення.

В якості вітчизняної моделі прогнозування банкрутства пропонується модель визначення рівня життєздатності промислових підприємств Мартиненка В.П.[4]:

$$K ж. = 1,0K_{пл.} + 2,5K_{ал.} + 2,86K_{м.в.к.} + 2,0K_{м.в.пр.} + 3,33K_{р.пр.},$$

де  $K ж.$  – коефіцієнт життєздатності промислових підприємств;

$K_{пл.}$  – коефіцієнт поточної ліквідності;

$K_{ал.}$  – коефіцієнт абсолютної ліквідності;

$K_{м.в.к.}$  – коефіцієнт маневреності власних коштів;

$K_{м.в.пр.}$  – коефіцієнт майна виробничого призначення;

$K_{р.пр.}$  – коефіцієнт рентабельності продажу продукції.

Відповідно до рівнів життєздатності промислових підприємств автором визначено граничні значення коефіцієнта життєздатності, які представлені в таблиці.

Прогнозування банкрутства на підприємствах з використанням вищезазначеної моделі дає змогу одержати розгорнуту картину кризового фінансового стану підприємства і застосувати найбільш оптимальні методи та форми його майбутнього фінансового оздоровлення.

2. Визначення масштабу кризи на промисловому підприємстві. При виявленні існуючих відхилень від стабільної діяльності, яка визначається групами планових і нормативних показників та напрямками стратегії життєздатності, виявляються масштаби кризи організації. Подібна ідентифікація масштабу кризи суб'єкта господарювання, як правило, дозволяє визначити та здійснити комплексний підхід до вибору методів, систем, механізмів захисту від банкрутства, що насувається.

3. Вивчення факторів, які обумовлюють кризовий стан та розвиток промислового підприємства. Санація створює необхідність групування

цих факторів кризового розвитку по певних визначальних ознаках, аналізу міри впливу конкретних факторів на масштаби та форми кризи, прогнозування розвитку та збільшення кількості факторів, які мають негативний вплив.

4. Визначення цілей і вибір основних методів оздоровлення підприємства. Цілі і методи санації повинні повністю відповідати масштабу кризи суб'єкта господарювання, а також враховувати прогнозування розвитку та збільшення кількості основних факторів, які викликають кризу на підприємстві. З урахуванням вказаних умов санація на цьому етапі повинна бути направлена на реалізацію конкретних цілей.

5. Впровадження внутрішніх методів економічної стабілізації промислового підприємства. Дане впровадження повинне забезпечити реалізацію оперативних заходів по відновленню платоспроможності та фінансової стійкості організації за рахунок використання внутрішніх резервів. Такі методи базуються на послідовному застосуванні типових моделей управлінських рішень, які вибираються на підставі специфіки діяльності суб'єкта господарювання і масштабу кризи в його розвитку. При проведенні санації даному напрямку необхідно приділити першочергову увагу.

6. Вибір відповідних форм санації підприємства. В умовах неможливості виведення промислового підприємства із кризи виключно за рахунок внутрішніх резервів, суб'єкт господарювання змушений звертатись по сторонню допомогу, яка, як правило, виступає у формі зовнішньої санації. Слід зазначити, що така санація може проводитись як до процедур банкрутства, так і в межах справи про неспроможність. У першому випадку підприємство може ініціювати свою санацію і вибрати форму її проведення. При впровадженні санації необхідно обґрунтувати вибір ефективності її форми (включаючи реорганізацію підприємства) з метою досягнення фінансово-економічного оздоровлення і недопущення порушення справи про банкрутство в максимально короткі терміни.

### Шкала визначення рівня життєздатності підприємств промисловості

Значення коефіцієнта життєздатності	Рівень життєздатності промислового підприємства
5,0 і вище	Високий
4,99 – 4,16	Середній
4,15 – 2,26	Низький
2,25 – нижче	Дуже низький

Одним із реальних виходів підприємства із кризового стану та відновлення платоспроможності є реструктуризація. У рамках оперативного механізму оздоровлення промислового підприємства пропонується проведення наступних видів реструктуризації [5,6]:

- реструктуризація оборотних активів, яка передбачає: продаж короткострокових фінансових вкладень; прискорення інкасації дебіторської заборгованості; зниження періоду надання товарного (комерційного) кредиту; продаж надлишкових виробничих запасів; уцінка низьколіквідних видів запасів до рівня попиту із забезпеченням подальшої їх реалізації; прискорення оборотності оборотних активів шляхом здійснення факторингових операцій; скорочення необґрунтованого розміру запасів та дебіторської заборгованості; удосконалення системи управління дебіторською заборгованістю підприємства шляхом:

- скорочення термінів знаходження коштів у розрахунках при встановленні системи контролю над платежами;

- створення резерву сумнівної заборгованості для підприємства;

- вибору платоспроможних партнерів (покупців продукції) на основі оцінки їхнього фінансового стану незалежними експертами;

- реструктуризація необоротних активів: своєчасна реалізація невикористовуваного обладнання за цінами попиту на відповідному ринку, а також обладнання, що вибуває у зв'язку з високим зносом; продаж, здавання в оренду приміщень, що не використовуються; фінансовий лізинг обладнання, яке раніше планувалось придбати, в процесі оновлення основних фондів; проведення прискореної амортизації активної частини основних засобів з метою збільшення обсягу амортизаційного потоку;

- реструктуризація пасивів, яка передбачає: скорочення дивідендних виплат; додаткову емісію акцій; залучення довгострокових кредитів; відстрочку, розстрочку та списання, при можливості, поточних зобов'язань, пролонгацію короткострокових фінансових кредитів, введення мораторію на задоволення вимог кредиторів, збільшення періоду наданого товарного кредиту постачальниками;

- реструктуризація виробництва, що включає: ліквідацію нерентабельних виробництв; скорочення сум постійних та змінних витрат (включаючи економію матеріалів, основних та допо-

міжних підрозділів, чисельності персоналу та ін.); впровадження ресурсозберігаючих технологій; диверсифікацію виробництва;

- реструктуризація маркетингу: пошук нових споживачів; відмова від споживачів з простроченою дебіторською заборгованістю; пошук нових ринкових «ніш» та впровадження у виробництво перспективних товарів; використання сучасних видів реклами та реалізації продукції з використанням інтернету;

- кадрова реструктуризація: приведення чисельності співробітників підприємств до необхідної кількості; ротація та підвищення кваліфікації персоналу; підвищення рівня мотивації персоналу підприємства;

- організаційна реструктуризація, яка передбачає: можливу зміну організаційно-правової форми підприємства; реорганізаційні процедури, що направлені на комерціалізацію структурних підрозділів; вдосконалення структури управління організації та оптимізацію чисельності управлінського персоналу через усунення дублювання управлінських функцій з метою зниження витрат на управління підприємством.

Варто зазначити, що реалізація цих заходів реструктуризації сприяє усуненню поточної неплатоспроможності підприємства. Відновити фінансову стійкість у довгостроковому періоді, подолавши причини неспроможності суб'єкта господарювання погасити боргові зобов'язання, можна шляхом проведення комплексної реструктуризації підприємства.

Важливо відмітити, що невід'ємним та найважливішим компонентом санаційного процесу є координація та контроль проведення запланованих заходів. Внутрішні контрольні органи промислового підприємства повинні постійно виявляти санаційні резерви та своєчасно готувати кваліфіковані рішення щодо ліквідації можливих перешкод. Їх виникнення можливе у процесі проведення оздоровчих процедур.

### Висновки

Таким чином, враховуючи зазначене вище, можна відмітити, що загальною метою оздоровлення підприємства є зміна його діяльності на більш ефективну, конкурентну, фінансово стійку, яка не залежить від позичкового капіталу. Використання промисловими підприємствами запропонованих етапів санації дозволить виявити

приховані резерви, поліпшити організацію виробництва, підвищити якість продукції, зменшити експлуатаційні витрати на виробництві, створити працездатний колектив та командну атмосферу. В результаті застосування заходів антикризового характеру, підприємство, яке перебуває в кризовому стані, зможе запобігти негативним тенденціям у фінансово-господарській діяльності, знизити та припинити падіння основних техніко-економічних показників, підвищити свою платоспроможність і створити умови для активного виробничого та соціального розвитку.

### Список використаних джерел

1. Коваленко, В.В., Суганяка М.В., Фучеджи В. І. К. Антикризове фінансове управління в системі суб'єктів економічної діяльності: методи та інструменти оцінювання: монографія. Одеса, 2013. 381 с.
2. Лазоренко В.В. Прогнозування ймовірності банкрутства підприємства / В.В. Лазоренко // Проблеми системного підходу в економіці. – 2018. – Вип.№1(63). – С. 81–86.
3. Квасницька Р.С., Кордонець І.М. Етапність проведеної діагностики кризового стану та ймовірності банкрутства підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 2. С. 130–135.
4. Фінансовий менеджмент: підручник / В.П. Мартиненко, Н.І. Довгань, П.В. Климаш, К.В.Багацька, І.В. Дем'яненко та інш.. – Львів «Магнолія 2006», 2014. – 344с.
5. Хома І.Б., Кондикова Ю.В. Реструктуризація як елемент антикризового управління підприємством / І.Б. Хома, Ю.В. Кондикова // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип.№23(11). – С.280 – 286.
6. Дорофєєва Г.А. Практика здійснення реструктуризації підприємств: вітчизняний та зарубіжний досвід / Г.А. Дорофєєва // Економіка промисловості : наук.-практ. журн. / ІЕП НАН України. – 2011. – № 1. – С. 97–103.

### References

1. Kovalenko, V.V., Suganyaka, M.V., Fuchedzhi, V.I.K. Anti-crisis financial management in the system of subjects of economic activity: assessment methods and tools: monograph. Odesa, 2013. 381 p.
2. Lazorenko V.V. Forecasting the probability of bankruptcy of the enterprise / V.V. Lazorenko // Problems

of the systemic approach in economics. – 2018. – Issue No. 1(63). – P. 81–86.

3. Kvasnytska R.S., Kordonets I.M. Stages of diagnosis of the crisis state and probability of bankruptcy of the enterprise. Bulletin of the Khmelnytskyi National University. 2011. No. 2. P. 130–135.

4. Financial management: textbook / V.P. Martynenko, N.I. Dovgan, P.V. Klymash, K.V. Bagatska, I.V. Demyanenko and others.. – Lviv «Magnolia 2006», 2014. – 344 p.

5. Khoma I.B., Kondykova Yu.V. Restructuring as an element of anti-crisis management of the enterprise / I.B. Khoma, Yu.V. Kondykova // Scientific Bulletin of National Technical University of Ukraine. – 2013. – Issue No. 23(11). – P.280 – 286.

6. Dorofeeva G.A. The practice of enterprise restructuring: domestic and foreign experience / G.A. Dorofeeva // Economics of industry: science and practice. journal / IEP of the National Academy of Sciences of Ukraine. – 2011. – No. 1. – P. 97–103.

### Дані про авторів

#### **Мартиненко Василь Петрович,**

д. е. н., професор кафедри економіки і підприємництва, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

e-mail: 5Martynenko@ukr.net

#### **Макалюк Ірина Віталіївна,**

к. е. н., доцент кафедри економіки і підприємництва, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

e-mail: irina.makaljuk@gmail.com

### Data about the authors

#### **Vasyl Martynenko,**

Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, National Technical University of Ukraine «Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

e-mail: 5Martynenko@ukr.net

#### **Iryna Makaliuk,**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship, National Technical University of Ukraine «Ihor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

e-mail: irina.makaljuk@gmail.com

## Структурні та якісні особливості розвитку ІКТ-підприємництва в Україні

**Предметом дослідження** є актуальні тенденції функціонування ІКТ-підприємництва в Україні.

**Метою дослідження** є провести аналіз структурних та якісних особливостей розвитку ІКТ-підприємництва в Україні.

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

**Результати роботи.** У статті визначені структурні та якісні особливості розвитку ІКТ-підприємництва в Україні. В результаті були виділені тенденції, які склались в національному господарстві в результаті його інформатизації. Виокремлено та проаналізовано сучасні підходи до аналізу оцінки стану ІКТ-галузі в національній економіці.

**Висновки.** Можна виділити наступні тенденції в розвитку ІКТ-підприємництва в Україні: 1) в ІКТ-індустрії постійно з'являються кардинально нові процеси: смартфонізація, віртуалізація реальності, 3D-друк, мережева соціалізація і т.д.; 2) впровадження 3G-мережі, реальні зрушення щодо побудови системи електронного урядування, створення інституту кіберполіції, запровадження новітніх ID-паспортів; 3) в Україні постійно зростає чисельність програмістів та інших ІТ-фахівців; 4) ІТ-сфера обслуговується близько 420 тисячами робочих місць, а її вклад у ВВП України постійно збільшується; 5) за останні роки стрімко зростає кількість стартапів як інноваційних форм ІКТ-підприємництва; 6) зростає оснащеність підприємств комп'ютерною технікою, збільшується чисельність підприємницьких мереж; 7) спостерігається криза розвитку стаціонарної телефонної мережі через появу новітніх, більш дешевих і доступних, а також функціональніших засобів електронної комунікації й зв'язку.

**Ключові слова:** управління, ІКТ, Інтернет, глобалізація, підприємства, макроекономіка, процеси, стартап, інформатизація, ефективність.

KOLODIYCHUK A. V.

## Structural and qualitative features of ict entrepreneurship development in Ukraine

**The subject of the study** is current trends in the functioning of ICT entrepreneurship in Ukraine.

**The purpose of the study** is to analyze the structural and qualitative features of the development of ICT entrepreneurship in Ukraine.

**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 structural and qualitative features of the development of ICT entrepreneurship in Ukraine. As a result, the trends that developed in the national economy as a result of its informatization were highlighted. Modern approaches to the analysis of the assessment of the state of the ICT industry in the national economy have been singled out and analyzed.

**Conclusions.** The following trends in the development of ICT entrepreneurship in Ukraine can be distinguished: 1) radically new processes are constantly appearing in the ICT industry: smartphoneization, virtualization of reality, 3D printing, network socialization, etc.; 2) implementation of the 3G network, real changes in the construction of the electronic government system, creation of the cyber police institute, introduction of the latest ID passports; 3) the number of programmers and other IT specialists is constantly growing in Ukraine; 4) the IT sector is served by about 420 thousand jobs, and its contribution to the GDP of Ukraine is constantly increasing; 5) in recent years, the number of startups as innovative forms of ICT entrepreneurship has been growing rapidly; 6) the equipment of enterprises with computer equipment is increasing, the number of business networks is increasing; 7) there is a crisis in the development of the landline telephone network due to the emergence of

*newer, cheaper and more accessible, as well as more functional means of electronic connection and communication.*

**Keywords:** *management, ICT, Internet, globalization, enterprises, macroeconomics, processes, startup, informatization, efficiency.*

**Постановка проблеми.** На сьогоднішній день існує низка методик оцінки стану інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). В цьому контексті окреслено декілька підходів до оцінки ІКТ на основі встановлення особливостей проведення оцінки стану ІКТ (суті, аспекту оцінки та інші). За векторно-управлінським підходом (назва пояснюється спрямованістю державної економічної політики в галузі і її ефективністю) стан ІКТ-галузі оцінюють через призму реалізації державної політики розвитку інформаційного суспільства та інформатизації за принципом «управлінська дія-результат» із аналізуванням ефективності задіявання необхідного кадрового, фінансового, програмно-технічного, нормативно-законодавчого, інформаційного забезпечення цієї управлінсько-технічної діяльності, а також передбачає підрахунок економічних (соціальних) результатів від таких дій. Такий підхід не позбавлений недоліків, які полягають в ігноруванні супутніх процесів впровадження ІКТ. Регіонально-інституційний підхід зосереджений на вивченні потенціалу інформатизації важливих інституційних структур в регіонах: органів влади, місцевого самоврядування, стратегічних підприємств, ключових організацій. Подібно до попередніх підходів, такий інструментарій аналізу є неповним і зорієнтований не на дослідження інформатизації суспільства, а на дослідження окремих організацій й установ. В зазначених підходах виражений глобалізаційний аспект протікання інформаційних макропроцесів, проте в рамках об'єкту і предмету нашого дослідження вони не дозволяють цілісно дослідити тенденційні закономірності ІКТ-процесів в економіці, виявити в них проблеми і можливі структурні перекося.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** В даному контексті українські науковці намагалися досліджувати стан інформатизації економіки України під різним кутом зору. Зокрема, індексний метод аналізу стану ІКТ застосовувала К.О. Безугла [1], який полягає у виявленні позицій України в глобальній інформаційній системі і базувався на індексах мережевої та технологічної готовності, глобальної конкурентоспроможності, електронного урядування та рівня роз-

витку ІКТ. В той же час науковці К.І. Ладиченко та В.В. Тронько [5] використовують оригінальний підхід, який ми назвали глобалізаційно-ринковим. Його суть полягає у проведенні аналізу українських ІТ-ринку та Телеком-ринку на предмет їх дохідності й місткості і визначенні ступеня їхньої інтегрованості у міжнародний ринок інформаційно-комунікаційних технологій, а також наведення характеристики їхнього позиціонування на цьому глобальному ринку із виділенням превалюючих динамічних тенденцій.

**Мета статті** – провести аналіз структурних та якісних особливостей розвитку ІКТ-підприємництва в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** У лютому 2016 році спеціалістами Київського міжнародного інституту соціології (KMIC) було проведено соціологічне опитування [4] у формі особистих інтерв'ю понад 2 тис. респондентів по всій території України. За результатами цього опитування з похибкою не більше 3,3% встановлено, що 61,6% від загальної кількості населення у дорослому віці користувалися у 2016 р. мережею Інтернет. При цьому частка користувачів домашнього Інтернету різко варіює за регіонами: вона найбільша у Києві – 78%, а найменша у Кіровоградській області – 31%. В той же час, на наш погляд для потреб розвитку національної економіки значно більш важливіші масштаби поширення недомашнього Інтернету (табл. 1).

Як впливає з таблиці 2, за аналізований період частка користувачів недомашнього Інтернету в структурі загальної чисельності Інтернет-спільноти України на фоні зростання загальної кількості підключень зменшилась з 20,83% у 2009 р. до 7,8% у 2014 р., або на 13,03%. Крім того, чисельність користувачів недомашнього Інтернету зменшилась за 2009–2014 рр. не лише у відносному, але й у абсолютному вимірі: з 582,5 тис. до 459,7 тис., або на 21,08%. Це свідчить про серйозну кризу загальнонаціонального процесу інформатизації економіки України в розрізі забезпечення робочих місць Інтернетом і пояснюється також загальними спадними тенденціями в її розвитку, ростом безробіття, постійним

**Таблиця 1. Динаміка чисельності користувачів домашнього Інтернету в Україні за регіонами за період 2009–2014 рр. (станом на кінець року, тис. користувачів)\***

Показник	Роки						Частка в структурі 2014 року, %	Середньорічний темп приросту
	2009	2010	2011	2012	2013	2014		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Україна	582,5	595,8	356,6	391,7	479,1	459,7	100	-4,62
АР Крим	9,7	11,9	13,5	15,8	17,5	–	–	–
Вінницька	11,4	11,5	9,9	9,6	9,7	9,9	2,15	-2,78
Волинська	5	5,6	6,1	6,1	6,5	5,6	1,22	2,29
Дніпропетровська	33,8	32,8	31,2	23,1	33,5	25,2	5,48	-5,70
Донецька	19,4	20,6	24,1	33,3	32,6	26	5,66	6,03
Житомирська	6,2	7	5	5,6	5,9	6	1,31	-0,65
Закарпатська	3,8	5,2	4,9	5,3	5,7	5,7	1,24	8,45
Запорізька	16	16,4	18,5	14,2	16,2	17,7	3,85	2,04
Івано-Франківська	4	6,3	6	5,1	5,4	6,3	1,37	9,51
Київська	6,8	7,6	8,2	11	14,3	12,8	2,78	13,49
Кіровоградська	4,5	4,8	5,2	5,2	5,2	5,4	1,17	3,71
Луганська	6,3	8,7	8	11,3	13,4	13,5	2,94	16,47
Львівська	17,8	22,7	20,6	22,9	23,9	27,2	5,92	8,85
Миколаївська	7	6,5	5,3	5,6	5,8	5,8	1,26	-3,69
Одеська	32,2	36,8	43,1	47,3	89,8	98	21,32	24,93
Полтавська	10,7	11,3	9,7	10,2	10,4	10,7	2,33	0
Рівненська	3,2	4,8	4,3	3,9	5,2	5,5	1,20	11,44
Сумська	4,8	6,4	5,5	5,9	6,3	6,4	1,39	5,92
Тернопільська	4,3	5,1	5,8	7,1	6,7	5,8	1,26	6,17
Харківська	27,6	17,2	24,1	24,1	25,6	27,6	6,00	0
Херсонська	5,1	5,7	4,1	6,1	7,3	7,4	1,61	7,73
Хмельницька	6,3	6,1	6,6	7,3	7,7	8,4	1,83	5,92
Черкаська	8,9	9,9	9,6	10,5	11,2	11,3	2,46	4,89
Чернівецька	3,9	4,1	3,9	5,6	5,3	4,4	0,96	2,44
Чернігівська	6,5	7,1	5,7	6,2	6,7	6,8	1,48	0,91
м. Київ	313,4	310,1	65,2	80,4	98,3	100,3	21,82	-20,38
м. Севастополь	3,9	3,6	2,5	3	3	–	–	–

\* складено і розраховано автором за [3]

підвищенням тарифів за користування Інтернетом, неповним знанням можливостей мережі в системі організації робочого процесу на підприємствах і в організаціях, переорієнтацією споживачів на домашній Інтернет. Таким чином, за вищезазначених умов існує небезпека зростання технологічної відсталості реального сектору вітчизняної економіки від рівня розвинутих країн. Більш детально зміни часток абонентів робочого Інтернету у загальній кількості активних підключень за період 2009–2014 роки у регіональному розрізі відображено у таблиці 2.

З даних табл. 3 видно, що наприкінці 2009 р. сегмент домашнього Інтернету був найбіль-

шим у Києві (36,56%), а найменшим – в Одеській області (8,03%). За аналізований період ситуація кардинально змінилася: станом на кінець 2014 року найбільша частка робочого Інтернету спостерігалася у Черкаській (16,67% підключень) та Харківській (16,32% підключень) областях. В той же час найменшою така частка була на той час у м. Києві (5,27%) та Миколаївській області (5,78%). Таким чином, якщо у 2009 р. розмах варіації становив 28,53%, то у 2014 р. він склав уже 11,4%, або у 2,5 разу менше. В той же час додатній абсолютний приріст протягом всього аналізованого періоду зафіксовано у Харківській (+0,39%) і Рівненській (+0,12%) областях.



**Таблиця 2. Динаміка частки користувачів недомашнього Інтернету в Україні за регіонами за період 2009–2014 рр. (станом на кінець року, %) \***

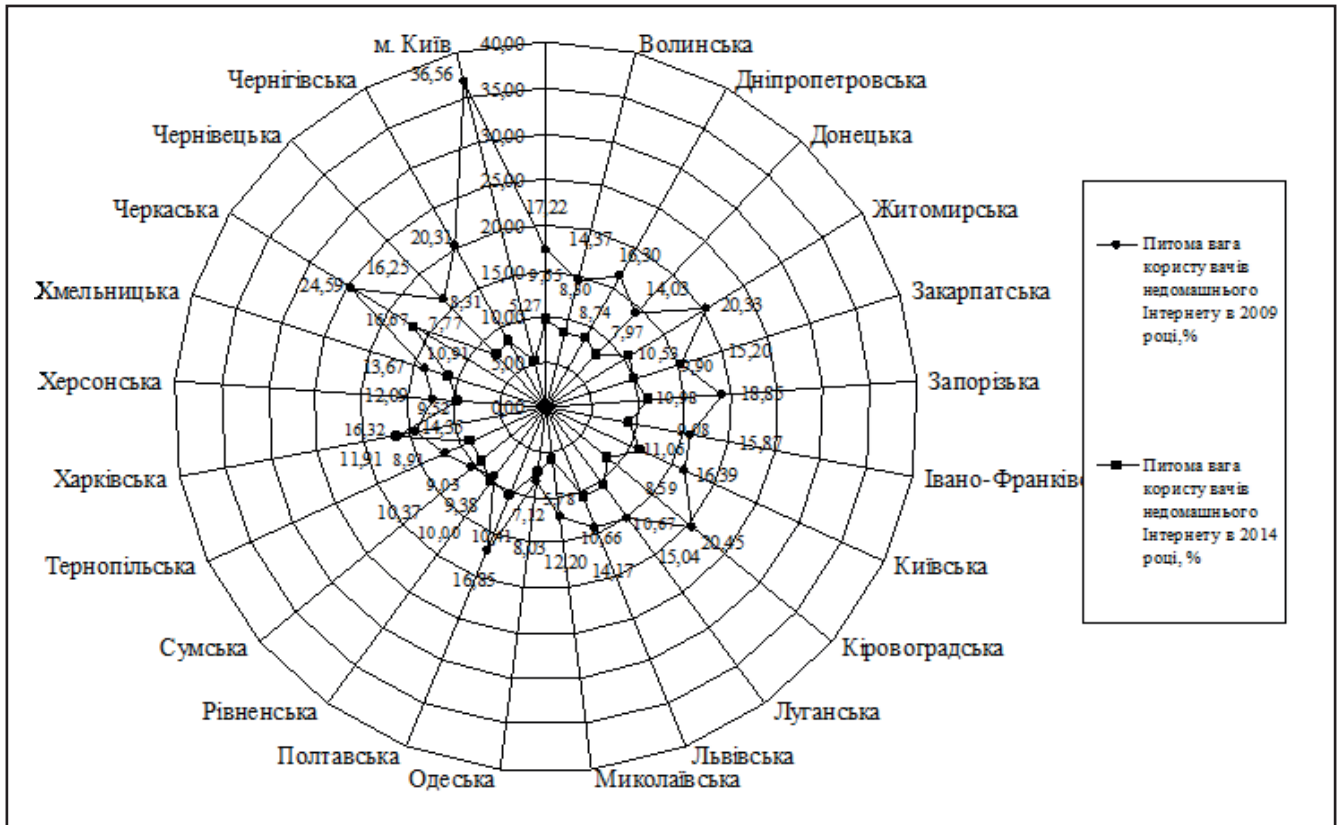
Показник	Роки						Середній абсолютний приріст, %
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
1	2	3	4	5	6	7	8
Україна	20,83	16,27	8,54	7,74	8,04	7,8	-2,61
АР Крим	16,58	14,41	13,06	12,4	12,59	–	–
Вінницька	17,22	13,1	9,07	7,97	10,5	9,65	-1,51
Волинська	14,37	12,42	11,34	10,22	9,98	8,3	-1,21
Дніпропетровська	16,30	14,42	12,62	11,63	13,45	8,74	-1,51
Донецька	14,03	10,65	8,68	9,65	8,42	7,97	-1,21
Житомирська	20,33	16,87	12,82	11,48	10,93	10,53	-1,96
Закарпатська	15,2	15,07	12,5	10,47	10,48	9,9	-1,06
Запорізька	18,85	16,45	13,99	10,24	10,76	10,98	-1,57
Івано–Франківська	15,87	17,4	14,71	10,04	9,44	9,08	-1,36
Київська	16,39	15,17	11,37	10,21	14,19	11,06	-1,07
Кіровоградська	20,45	16,78	15,52	13,13	10,28	8,59	-2,37
Луганська	15,04	13,66	9,47	9,26	10,45	10,67	-0,87
Львівська	14,17	13,63	11,09	10,34	10,02	10,66	-0,70
Миколаївська	12,2	7,44	6,71	6,44	6,07	5,78	-1,28
Одеська	8,03	7,55	6,11	4,92	6,62	7,12	-0,18
Полтавська	16,85	14,23	10,0	12,62	11,19	10,41	-1,29
Рівненська	9,38	9,84	8,16	9,29	10,53	10,0	0,12
Сумська	10,37	9,91	7,51	11,37	10,28	9,03	-0,27
Тернопільська	11,91	9,39	9,18	9,59	8,16	8,91	-0,60
Харківська	14,35	7,07	9,22	13,85	14,02	16,32	0,39
Херсонська	12,09	10,11	5,88	10,05	10,6	9,52	-0,51
Хмельницька	13,67	10,45	8,91	11,03	10,80	10,91	-0,55
Черкаська	24,59	20,93	18,39	18,36	16,79	16,67	-1,58
Чернівецька	16,25	13,58	9,7	10,43	9,89	7,77	-1,70
Чернігівська	20,31	16,14	9,16	8,76	8,33	8,31	-2,40
м. Київ	36,56	26,43	5,93	4,93	5,16	5,27	-6,26
м. Севастополь	14,55	12,2	8,65	13,7	13,64	–	–

\* складено і розраховано автором за [3]

З іншого боку, максимальний від'ємний середній абсолютний приріст за цей період спостерігався у м. Київ (-6,26%). Структурні зміни за аналізований період серед даної категорії користувачів можна відобразити за допомогою пелюсткової діаграми, наведеної на рисунку. З діаграми видно, що за аналізований період частка користувачів недомашнього Інтернету суттєво зменшилась у всіх регіонах, крім Харківщини та Рівненщини, де спостерігався обернений процес. Зусиллями крупного іноземного бізнесу в останні роки створюються окремі елементи підприємницької ІКТ-інфраструктури, при цьому державний апарат взагалі не приділяє цьому питанню належної уваги. Наприклад, при Національному універси-

теті «Львівська політехніка» створено низку подібних структур: центр комп'ютерної діагностики транспортних засобів – «Академія Бош», лабораторія ІТ-технологій «EPAM Systems», лабораторія геодезії, геоінформатики та 3D-сканування «TEMPUS», лабораторія фірми «Data Art», лабораторія інженерного матеріалознавства «MESO», центр «Комп'ютерні технології проектування і обробки виробів» від британської компанії «Delcamplc.», лабораторія гнучких методологій розроблення програмного забезпечення від «Sigma Software».

В той же час, національні ІКТ-процеси не можна розглядати без врахування світових ІТ-процесів, враховуючи, що перші дуже сильно залежать



**Пелюсткова діаграма зміни питомої частки користувачів недомашнього Інтернету за 2009–2014 рр. \***

\* складено автором

від других, а також те, що українська економіка відкрита. У зв'язку з цим, необхідно враховувати різноманітні динамічні процеси і зміни, що мають і матимуть в майбутньому місце в ІКТ-сегменті світової економіки. Головним з-поміж них є глобальна автоматизація бізнес-процесів. Про це свідчать, зокрема, результати прогнозу авторитетних міжнародних експертних організацій «Redwood Software» і «Sapio Research» [2], які обіцяють, що до 2022 року 59% усіх бізнес-процесів буде автоматизовано;

### Висновки

Підсумовуючи, можна виділити наступні тенденції, які склались на сьогодні в національному господарстві в результаті його інформатизації (іншими словами, ІКТ-процеси, їх характер та можливі результати): 1) в ІКТ-індустрії постійно з'являються кардинально нові процеси: смартфонізація, віртуалізація реальності, 3D-друк, мережева соціалізація і т.д.; 2) крім хвиль глобальних комп'ютерних інновацій, в Україні в останні роки відбулися помітні зрушення щодо впровадження ІКТ: впровадження 3G-мережі, реальні

зрушення щодо побудови системи електронного урядування, створення інституту кіберполіції, запровадження новітніх ID-паспортів і т.п.; 3) в Україні постійно зростає потужний прошарок програмістів та інших ІТ-фахівців: їх уже нараховується по країні більше 100 тисяч, це звичайно у 3 рази менше, ніж у Польщі та у 4,5 рази менше, ніж у ФРН, проте попит на українських фахівців на європейському та інших ринках дуже високий; 4) ІТ-сфера обслуговується близько 420 тисячами робочих місць (і ця тенденція зростання зберігається), а її вклад у ВВП України постійно збільшується, зокрема за період 2011–2015 рр. її частка у ВВП країни зросла на 2,7%: з 0,6% до 3,3% ВВП; 5) за останні роки стрімко зростає кількість стартапів як інноваційних форм ІКТ-підприємництва; 6) українські стартапи пропонують якісні й актуальні ІКТ-рішення і завдяки цьому періодично отримують іноземні інвестиції на подальші профільні дослідження й розробки; 7) в останні роки розпочала розбудовуватись якісна мережа стартап-шкіл, передусім зусиллями програми «Sikorsky Challenge»; 8) динамічно зростає кількість інтернет-користувачів,

при цьому це стосується домашнього Інтернету, що сприяє розвитку сфери електронних послуг; 9) зростає оснащеність підприємств комп'ютерною технікою, збільшується чисельність підприємницьких мереж; 10) якщо імпорт послуг сфери інформаційно-комунікаційних технологій зростав за аналізований період значними обсягами, то експорт послуг ІКТ вдалося наростити на порівняно незначну величину, що говорить про те, що незважаючи на відчутні успіхи, вітчизняний ІКТ-сектор поки що так і не запрацював реально; 11) спостерігається криза розвитку стаціонарної телефонної мережі через появу новітніх, більш дешевих і доступних, а також функціональніших засобів електронної комунікації й зв'язку.

### Список використаних джерел

1. Безугла К. О. Сучасний стан сектору інформаційних технологій в Україні. Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем: зб. наук. пр. 2014. Вип. 19. С. 50–70.
2. 60% всіх бізнес-процесів буде автоматизовано до 2022 року. *finance.ua*: сайт. 08.10.2017. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/412069/>
3. Держстат України: офіційна веб-сторінка. 2023. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Динаміка використання Інтернет в Україні: лютий-березень 2016. Київський міжнародний інститут соціології: офіційний сайт. 2016. URL: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=news&id=622&page=1>
5. Ладиченко К. І., Тронько В. В. Сучасні тенденції розвитку світового ринку інформаційно-комунікаційних послуг. *Ефективна економіка*. 2015. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2015\\_2\\_69](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_2_69)

### References

1. Bezuhla, K. O. (2014). Suchasnyy stan sektoru informatsiynykh tekhnolohiy v Ukrayini [Current state of the information technology sector in Ukraine]. In *Eko-*

*nomiko-matematychnye modelyuvannya sotsial'no-ekonomichnykh system* [Economic and mathematical modeling of socio-economic systems]: Vol. 19 (pp. 50–70). [in Ukrainian].

2. 60% vsikh biznes-protsesiv bude avtomatyzovano do 2022 roku [60% of all business processes will be automated by 2022] (2017, Oct 08). *finance.ua*: Website. Retrieved from <https://news.finance.ua/ua/news/-/412069/> [in Ukrainian].

3. State Statistics Service of Ukraine: Official website (2023). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

4. Dynamika vykorystannya Internet v Ukrayini: lyutyu-berezen' 2016 [Dynamics of Internet use in Ukraine: February–March 2016] (2016). Kyiv International Institute of Sociology: Official website. Retrieved from <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=news&id=622&page=1> [in Ukrainian].

5. Ladychenko, K. I., & Tronko, V. V. (2015). Suchasni tendentsiyi rozvytku svitovoho rynku informatsiyno-komunikatsiynykh posluh [Modern trends in the development of the world market of information and communication services]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, 2. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2015\\_2\\_69](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_2_69) [in Ukrainian].

### Дані про автора

**Колодійчук Анатолій Володимирович,**

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

e-mail: kolodiychuka@i.ua

### Data about the author

**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

## Маркетингове дослідження кон'юнктури світового ринку молока та молочної продукції

**Актуальність теми дослідження.** Розвиток молочної галузі відбувається під впливом глобальних економічних, технологічних, політичних, ціннісних трендів, які, у свою чергу, формують образ майбутньої галузі. Драйвером виробництва молока та молочної продукції у світі стало зростання попиту на них у країнах, що розвиваються, внаслідок збільшення чисельності населення та підвищення рівня соціально-економічного розвитку.

При цьому у країнах Європи виробництво молока стримується невеликими темпами зростання його споживання та переорієнтації попиту до низькокалорійної продукції, а також до її рослинних аналогів. У Сполучених Штатах Америки, Європейському Союзі збільшення обсягів виробництва відбувається за рахунок зростання продуктивності корів, що розвертається у інтенсивне виробництво, а в Індії та Китаї – переважно за рахунок збільшення поголів'я (екстенсивне виробництво). Країни ЄАЕС мають значний експортний потенціал з молока та молочної продукції, тому що їхні внутрішні ринки близькі до насичення. Відмінною особливістю є те, що переважна частка експорту цих країн вирушає на пострадянський простір. Торгові війни США та Китаю відкривають для України, Білорусі та Казахстану, у разі насичення власного ринку, нові можливості в експорті молочної продукції до Китаю та інших країн Південно-Східної Азії. Країнам для цього необхідно на основі кращих практик зарубіжного досвіду підвищити продуктивність худоби та рентабельність виробництва.

Стаття присвячена аналізу світового ринку молока та молочної продукції, виявлення ключових трендів та особливостей розвитку даної галузі в різних країнах.

**Метою дослідження** є кон'юнктурний аналіз світового ринку молока та молочної продукції, розвиток тенденції та стратегічних напрямів розвитку українського молочного бізнесу.

**Методи дослідження.** В статті використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняння, метод узагальнення даних, дослідження базується на системному підході до розглянутих проблем, вивченні їх взаємозв'язку та розвитку.

**Результатами дослідження.** Ринки молока і молочної продукції в різних країнах дуже різноманітні і відрізняються інтенсивним, або екстенсивним способом виробництва, технологіями і споживчими перевагами. В Україні є проблема низької продуктивності корів у більшості господарств (за винятком агрохолдингів), а також дисбалансу закупівельних та ринкових цін. При цьому внутрішній попит на молоко та молочну продукцію не задоволений, частина продукції імпортується. Аналіз досвіду розвитку молочного виробництва провідних країн світу дозволив виявити особливості, які мають найбільший вплив на збільшення продуктивності галузі та її рентабельності.

**Галузь застосування результатів.** Результати дослідження можуть бути базою для подальших науково-теоретичних розробок та використані у практиці сучасних підприємств, що пов'язані з виробництвом та переробкою молочної продукції

**Висновки.** Кон'юнктура є обов'язковою частиною становлення та розвитку світового товарного ринку. Дослідження короткострокового коливання і зміни на товарних ринках на макро- та мікрорівні, необхідне для врахування в економічній діяльності підприємств, галузей і всього народного господарства. Розуміння ринкової ситуації використовується для управління стратегією, вибором форми і методів конкурентної боротьби в забезпеченні зовнішньої ефективності торгово-економічної діяльності.

Ринки молока і молочної продукції в різних країнах дуже різноманітні і відрізняються способом виробництва (інтенсивний або екстенсивний), технологіями і споживчими перевагами. Національний ринок молока має проблему низької продуктивності корів у більшості господарств (за винятком агрохолдингів), а також дисбалансу закупівельних та ринкових цін. При цьому внутрішній попит на молоко та молочну продукцію незадоволений, частина продукції імпортується.

**Ключові слова:** кон'юнктура світового ринку, продуктовий ринок, молоко, молочна продукція, ринок, споживання, виробництво, попит, тенденції, тренди.

## Marketing research of the world market situation milk and dairy products

**Relevance of the research topic.** *Relevance of the research topic. The development of the dairy industry is under the influence of global economic, technological, political, value trends, which, in turn, shape the image of the future of the industry. The driver of the production of milk and dairy products in the world was the increase in demand for them in developing countries due to the increase in the population and the increase in the level of socio-economic development.*

*At the same time, milk production in European countries is restrained by the low rate of growth of its consumption and the reorientation of demand to low-calorie products, as well as to its vegetable analogues. In the United States of America and the European Union, the increase in production is due to the increase in the productivity of cows, which turns into intensive production, and in India and China – mainly due to the increase in livestock (extensive production). EAEU countries have significant export potential for milk and dairy products, because their domestic markets are close to saturation. A distinctive feature is that the majority of the exports of these countries go to the post-Soviet space. Trade wars between the US and China open up new opportunities for Ukraine, Belarus, and Kazakhstan to export dairy products to China and other Southeast Asian countries if their own market is saturated. For this, countries need to increase the productivity of livestock and the profitability of production based on the best practices of foreign experience.*

*The article is devoted to the analysis of the world market of milk and dairy products, the identification of key trends and features of the development of this industry in different countries.*

**The purpose of the study** is the conjunctural analysis of the world market of milk and dairy products, the development of trends and strategic directions for the development of the Ukrainian dairy business.

**Research methods.** *The article uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, comparison, the method of summarizing data, the research is based on a systematic approach to the considered problems, the study of their relationship and development.*

*According to the results of the research, the markets of milk and dairy products in different countries are very diverse and differ in intensive or extensive production methods, technologies and consumer preferences. In Ukraine, there is a problem of low productivity of cows in most farms (with the exception of agricultural holdings), as well as an imbalance of purchase and market prices. At the same time, the domestic demand for milk and dairy products is not satisfied, part of the products are imported. The analysis of the experience of the development of dairy production in the leading countries of the world allowed us to identify the features that have the greatest impact on increasing the productivity of the industry and its profitability.*

**Field of application of results.** *The research results can be a basis for further scientific and theoretical developments and used in the practice of modern enterprises related to the production and processing of dairy products*

**Conclusions.** *The business environment is an essential part of the formation and development of the world commodity market. The study of short-term fluctuations and changes in commodity markets at the macro- and micro-level, necessary to take into account the economic activity of enterprises, industries and the entire national economy. Understanding the market situation is used to manage the strategy, the choice of the form and methods of competitive struggle in ensuring the external efficiency of trade and economic activity.*

*Markets of milk and dairy products in different countries are very diverse and differ in the method of production (intensive or extensive), technologies and consumer preferences. The national milk market has the problem of low productivity of cows in most farms (with the exception of agricultural holdings), as well as an imbalance of purchase and market prices. At the same time, domestic demand for milk and dairy products is not satisfied, part of the products are imported.*

**Keywords:** world market situation, food market, milk, dairy products, market, consumption, production, demand, trends.

**Постановка проблеми.** Молоко та молочна продукція – це одні з найбільш споживаних видів продукції АПК у всьому світі. Цінність цієї продукції полягає у високій користі для організму та поживності білка, потреба та в якому збільшується щороку. У різних країнах питома вага молока та молочної продукції у споживчому кошику складає від 20 до 30% [25]. Розвиток молочної галузі у всьому світі відбувається під впливом глобальних політичних, економічних, технологічних та інших трендів, які визначають її перспективи на середньо- та довгостроковий період. Їх своєчасне виявлення дає можливість вчасно диверсифікувати виробництво молочної продукції у бік найперспективнішої. У зв'язку з цим мета даного дослідження – визначення ключових сучасних трендів світового ринку молока та молочної продукції, для цього необхідно: 1) провести кон'юнктурний аналіз світового виробництва та споживання молока та молочної продукції; виявити особливості молочного ринку в різних країнах; 3) визначити ключові тренди розвитку світового ринку молока та молочної продукції.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Різні аспекти функціонування ринку молока та молочної продукції розглянуті у працях українських та зарубіжних вчених: В.Г. Андрійчук, П.С. Березівський, В.І. Бойко, Є.В. Гаваза, Т.Г. Дудар, В.Н. Зимовець, С.І. Канцевич, О.В. Крисальний, А.М. Лисенко, Ю.М. Макаренко, О.В. Попко, П.Т. Саблук та інші.

**Мета статті** – аналіз досвіду розвитку молочного виробництва провідних країнах світу дозволить виявити особливості, які мають найбільший вплив на збільшення продуктивності галузі та її рентабельності. Для цього необхідно провести аналіз виробництва та споживання молока та молочної продукції у світі.

**Виклад основного матеріалу.** Виробництво молока у світі щорічно росте і збільшилося в 2022 році по відношенню до 2018 року 10,3% з 809 до 893 млн. т. (рис.1) [4].

Чинниками зростання світового виробництва молока виступають: суттєве збільшення поголів'я корів в Індії, підвищення молочної продуктивності в країнах ЄС, США, Бразилії, загальна урбанізація [8]. Основна тенденція розвитку світового ринку молока полягає у перевищенні темпів зростання виробництва молока в країнах, що розвиваються, над розвиненими, що обумовлюється швид-

ким темпом зростання економіки в країнах Південно-Східної Азії, Індії, Китаї та урбанізацією у цьому регіоні. Так, наприклад, основним драйвером розвитку молочного виробництва країнах у 2021 року стало збільшення його споживання на 16,3% до 2018 р. У ЄС споживання збільшилося лише на 0,3% [39]. Лідером з виробництва молока у світі є Євросоюз, у 2021 році там було виготовлено 155 млн. т. молока, або 17% світового виробництва. На другому місці знаходяться США – 99,2 млн. т. (19%), на третьому – Індія з 91,3 млн. т. молока (17%). Далі йдуть Китай 31 млн. т. (6%) [4]. Наприклад, в Індії зростання виробництва молока в 2021 році до 2020 року становив 5,3%. Це найбільший показник серед світових виробників молока. При цьому в Індії найнижча собівартість виробництва молока у світі.

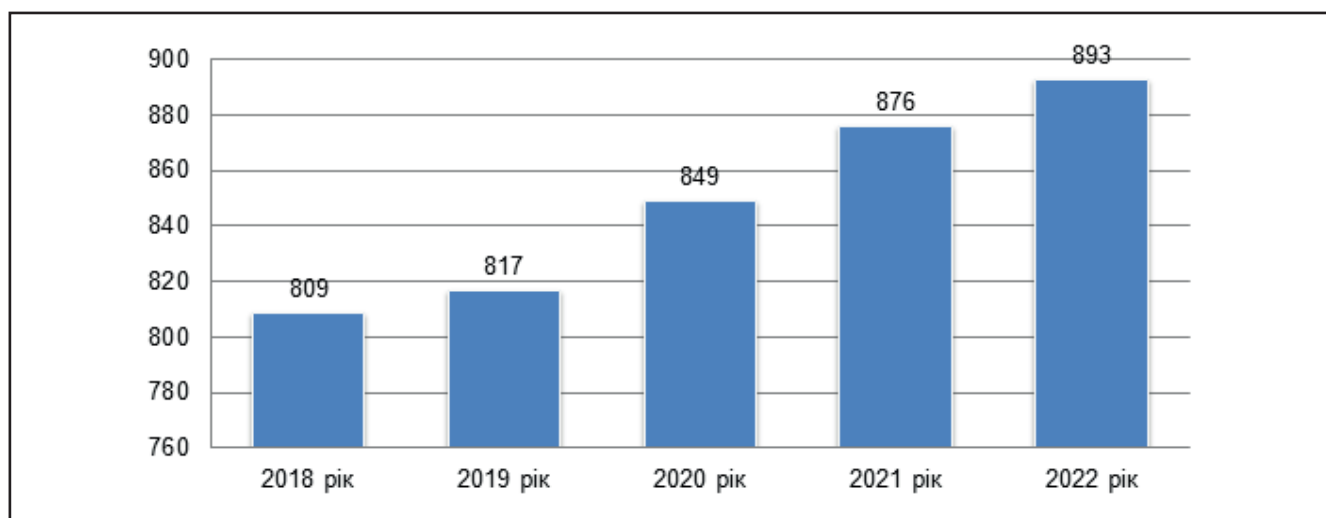
За прогнозом дослідницького центру IFCN до 2030 року обсяг виробленого молока у світі збільшиться у 3 рази, а виробництво молока на одне фермерське господарство – на 54%. Зростання споживання молока на душу населення становитиме 16%, переважно за рахунок країн що розвиваються [9].

У Європі головним виробником молока є Німеччина, де активний розвиток галузі відбувся в результаті інвестування в інноваційні технології доїння, годування, утримання худоби, 94% молока, виробленого у країнах ЄС, вирушає на переробку [10].

Американський ринок молока перенасичений, у зв'язку з чим США є найбільшим у світі експортером цієї продукції, поступаючись лише ЄС. У США одна з найвищих у світі продуктивність корів, середній надій становить 10–11 тон молока. Таких показників досягнуто в результаті впровадження інноваційних технологій у управлінні стадом та особливої уваги системи годування.

У США, Канаді та країнах ЄС проблема надвиробництва молока вирішується за допомогою обмежувальних заходів у вигляді квот, ліміту закупівельних цін, ліцензування і тощо [4].

У Китаї та Бразилії інтенсифікація молочної галузі відбувається за рахунок державної підтримки у формі цінового регулювання та компенсації капітальних витрат. У Китаї суттєвими темпами зростає попит на автоматизоване обладнання годування та доїння. Однак внутрішній ринок країни не насичений власною продукцією, у зв'язку з чим Китай – один із найбільших світових споживачів сирого молока [9].



**Рисунок 1. Динаміка світового виробництва молока**

На відміну від країн ЄАЕС, у більшості країн світу основні виробники молока це маленькі ферми. Наприклад, у Канаді на середньостатистичній фермі міститься близько 70 корів, у Норвегії – 20–25, у Китаї – 20, у Індії – 1–3.

Окремо варто розглянути ринки молока та молочної продукції країн пострадянського простору, які мають значний потенціал розширення своєї присутності на світовій арені. Внутрішній ринок цих країн вже близький до насичення. Його зріст обмежується невисоким рівнем соціально-економічного розвитку у країнах ЄАЕС. Найбільші ринки – це ринки Білорусії, України, Росії, Казахстану, України, Узбекистану. Найбільш зростаючим ринком по споживанню молока є ринок Узбекистану.

Провідними експортерами молока в 2021 році серед країн пострадянського простору – це Білорусь (2030,3 млн дол.), Україна (292,6 млн дол.), Росія (203,5 млн дол.), Казахстан (43,8 млн дол.) [9]. Відмінна особливість цих країн полягає в тому, що переважна частка експорту відправляється до країн пострадянського простору (близько 90–95%). Наприклад, основним споживачем білоруського молока та молочної продукції є Росія. В Україні 57% експорту у 2021 р. надіслано у країни Європи.

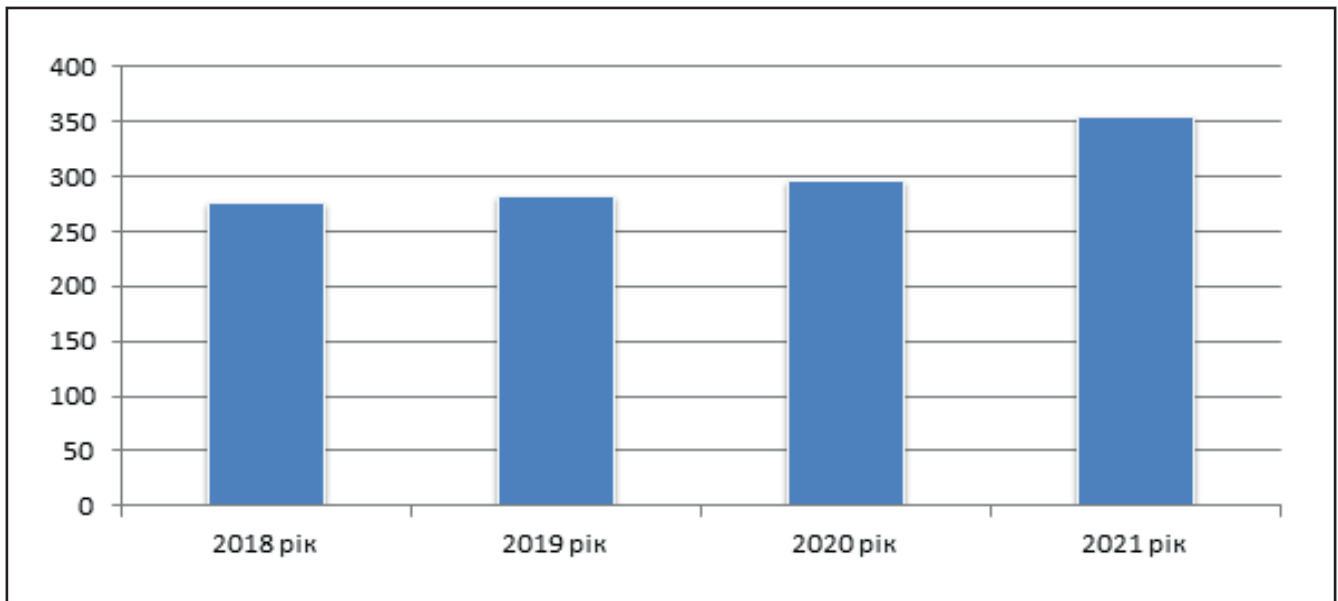
Основні характеристики молочно-го ринку країн ЄАЕС складаються, по-перше, в низькому рівні диверсифікації ринків збуту молока та молочної продукції, по-друге, в скорочення споживчого попиту, що зумовлене погіршенням соціально-економічного становища деяких країн євразійського союзу, по-третє, у значному потенціалі збільшення виробництва молока та експорту до

третіх країни. Для реалізації останнього країни поступово переходять від екстенсивного виробництва до інтенсивного, заснованого на впровадженні інноваційних технологій [9].

Якщо аналізувати світовий рівень споживання молока та молочної продукції, то слід відзначити, що на тлі зростання чисельності населення попит на цю продукцію зростає, проте це не головний фактор зростання попиту на дані види продукції, змінилася і культура споживання про що свідчить рівень споживання на душу населення, зокрема у 2010 році споживання становило 110 кг, а 2020 року – 115 кг [12].

На світовому ринку споживання молока та молочної продукції одним із лідерів виступають Сполучені Штати Америки [4]. За даними Міністерства сільського господарства США виробництво сирого молока у 2019 році становило – 115,3 млн. т, а 2020 року виробництво збільшено на 1,3 % і становить 118 млн. т. За оцінками експертів IndexVox споживання молока та молочної продукції в США «при рекомендованій нормі споживання 415 кг» у 2010 році становило 276 кг/особу на рік, а у 2020 році 354 кг/особу приріст споживання щодо 2019 року становив 6,7 % [10]. Динаміка середньодушового споживання молока та молочної продукції представлена на рисунку 2.

Основна продуктова структура світового ринку молочної продукції складає – питне молоко, сухе знежирене молоко, сухе цільне молоко, вершкове масло, сири, морозиво. На рисунку 3 представлена динаміка споживання основних видів молочної продукції у світі.



**Рисунок 2. Споживання молока та молочних продуктів на душу населення США, кг/особу на рік**

Рисунок ілюструє, що споживання сухого знежиреного молока збільшується протягом останніх чотирьох років (+13,9%), а незбираного молока – знижується (-5%). Це насамперед, пояснюється підвищенням споживчих переваг у бік здорового та низькокалорійного харчування. Попит на сири та вершкове олія збільшується в результаті зростання їх споживання в країнах, що розвиваються, і поліпшення соціально-економічного становища окремих груп населення.

Споживання молочної продукції відповідає світовим тенденціям: відбувається зростання споживання сирів, йогуртів та молочних десертів, а той час як традиційної продукції – знижується. Попит зміщується в напрямку більш складної молочної продукції та більш якісної.

Таким чином, світовий ринок молока формується під впливом трендів, які зароджувалися у 2018–2019 роках і продовжує свої тенденції у середньостроковій перспективі. Його розвиток в останні роки піддається суттєвим трансформаціям, заснованим на зміні споживчих переваг та демографічної ситуації світу (продаж молока збільшився в країнах, що розвиваються, а у розвинених країнах – скорочується). Скорочення споживання переважно зумовлюється популяризацією здорового способу життя у країнах Західної Європи та США. До ключових трендів можна віднести:

1. Зростання попиту на функціональні продукти харчування. Серед молочної продукції найбільш популярні продукти з пробіотиками, зокрема ке-

фір, йогурт. За прогнозом консалтингової компанії EY, світовий ринок пробіотиків досягне 73 млрд. дол. Крім цього, зростає попит на продукцію з низьким вмістом лактози.

2. Зниження споживання цукру (низькокалорійне морозиво, молочні десерти), що обумовлено трендом здорового способу життя.

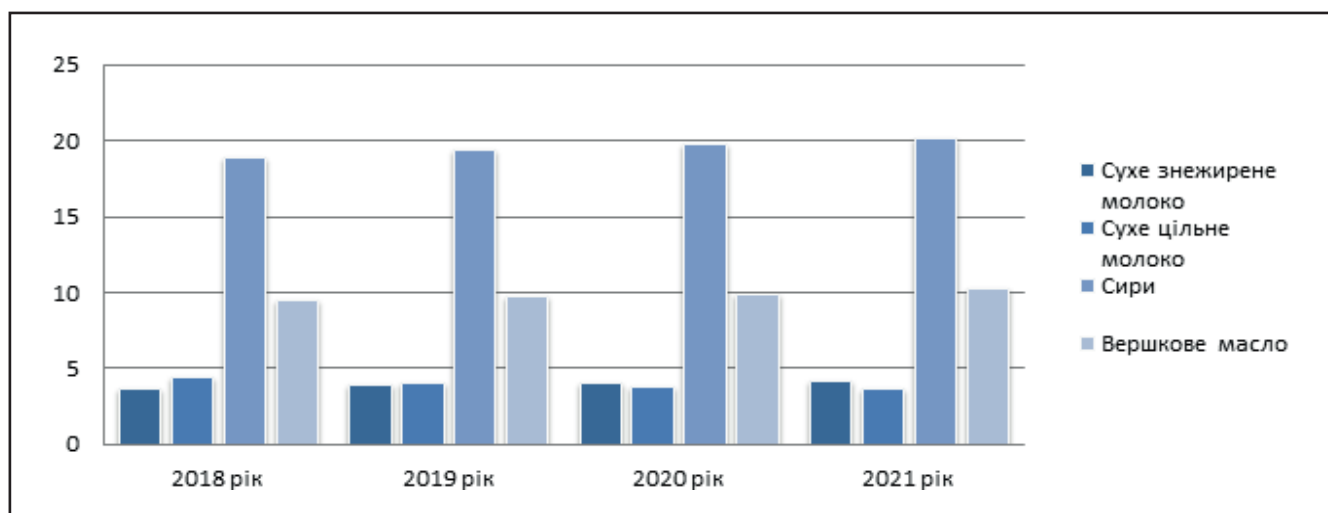
3. Зростання попиту на продукцію з високим вмістом білка, тому що споживачі в різних країнах світу стають більшими вимогливими до молочних продуктів. Зниження темпів росту світового виробництва молока, яке пов'язане зі зниженням темпів зростання ВВП основних виробників молока (Китай, країни ЄС). У 2023 році, за прогнозом Rabobank, очікується рецесія світового молочного ринку.

Зростання попиту на рослинні аналоги молочної продукції, що негативно впливає на ринок молока та молочних продуктів. Згідно дослідженням агентства Mordor Intelligence, щорічне споживання молочної продукції на основі рослинної сировини збільшується на 14,5%. Такі темпи збережуться до 2026 року.

Аналіз світового ринку молока та молочної продукції показав, що суттєві обсяги молочної продукції на євразійському ринку імпортуються Китаєм, Білоруссю, Казахстаном, які становлять основну конкуренцію для вітчизняної молочної продукції і відповідно потребують детального аналізу.

У світовому споживанні молока перевага надається свіжим молочним продуктам, країнами-





**Рисунок 3. Динаміка споживання молочної продукції у світі, млн. т.**

лідерами споживання свіжих молочних продуктів є Білорусь, Україна, Нова Зеландія, Австралія, Канада, США, країни ЄС. В останні роки спостерігається збільшення рівня вживання свіжої молочної продукції в країнах Азії, зокрема: Індія, Китай, Японія, Саудівська Аравія, Пакистан, а також окремі країни Африки, зокрема: Єгипет, Ефіопія, Південна Африка. А рівень споживання молочних продуктів за даними EOCOD–FAO в Канаді, США та ЄС надалі скорочуватиметься у зв'язку із зміною способу життя та смаків основних споживачів.

Пропозиція молочних продуктів на світовому ринку представлена такими основними видами продукції – молоко сухе незбиране, молоко сухе знежирене, суха сироватка молочна, молоко згущене без цукру, вершки свіжі, масло вершкове, сири, морозиво. У 2022 році експорт США на світовому ринку показав рекордні обсяги вартісному вираженні, що обумовлено високими міжнародними цінами на молочні продукти. Це торкнулося всіх груп молочних товарів: сухе знежирене молоко, сироватку, лактозу, сир та вершкове масло. Так, у жовтні вартість експорту молочної продукції зросла на 25%, при тому що обсяги збільшились лише на 5%.

Світовий ринок сухого молока збалансований, незважаючи на деякий сезонний рух цін. У Південній півкулі випуск сезонно збільшується, як і запаси американських виробників. Найбільше цей дисонанс помітний в експорті сухого знежиреного молока: обсяги його експорту впали на 8%, проте вартість експорту зріс на 27%. Тим часом, у 2023 році у США очікується збіль-

шення обсягів експорт молока сухого знежиреного на 1%. На них фокусують свій попит споживачі у Північній півкулі. Світові ціни на молоко сухе знежирене у вересні сезонно зростають, пройшовши період літнього зниження, на сухе цільне молоко лишаються стійким. За даними Міністерство сільського господарства США, запаси сухого цільного молока у Європі обмежені, внутрішній попит є, що сприяє невеликому зростанню ціни. Попит на світовому ринку слабкий, а запаси сухого знежиреного молока у країнах ЄС–27 є низькими як наслідок пошвавлення експорту. Ціни на сухе знежирене молоко зростають у всіх регіонах США, в тому числі через збільшення використання його сироварами для підвищення масової долі білку при виході продукту, що гарно впливає на підвищення попиту з боку Мексики. Експерти Міністерство сільського господарства США побоюються його падіння у разі зростання ціни.

Світовим лідером з експорту масла у 2022 році була Нова Зеландія (500 тис. тон). Однак у 2023 році прогнозується зниження експорту вершкового масла з Нової Зеландії на 50 тис. тон, що становитиме 10%. Ціна блочного масла в Європі почала підйом слідом за подорожчанням вершків, причинами є сезонне зменшення надобів та високий попит на молочні жири. Низька пропозиція та зростання індикативів на Білоруська універсальна товарна біржа створили високі цінові очікування. Перспективну альтернативу імпорту з Білорусі створює низька паритетна ціна вершкового масла у світовій долі жиру 82,5% із Південної Америки. Причина – переорієнтація

виробників виробництва цільного сухого молока, щоб задовольнити попит Китаю та Індонезії.

Виробництво сиру в Євросоюзі у 2022 році залишилося стабільним, незважаючи на зниження виробництва молока, тому що для цього регіону це пріоритетна категорія молочної продукції. У середземноморських державах, що входять до Євросоюзу, ситуація покращилася завдяки споживчому попиту на козячий сир та моцарелу, а також місцевому виробництву молока для нішевих продуктів, захищених географічним індикатором. Однак фермери у Франції та Італії, які виробляють молоко для продуктів із географічним індикатором, зіткнулися з нестачею кормів та зупинкою виробництва, оскільки вони більше не змогли відповісти стандартам виробництва такої продукції. Високий попит на сир та сезонне падіння надоїв нижче за прогнозований раніше рівня розвантажують складські запаси у країнах ЄС-27. Виробництво не встигає за попитом. Сировина використовується насамперед у виробництві сирів. У зв'язку з очікуваними рекордних поставок з Білорусі ймовірно зниження обсягів вироблення сиру.

Суша сироватка. Попит на свинину в Китаї продовжує знижуватися і підштовхує до зниження цін на суху сироватку, що значною мірою використовується у кормах свинарства. Як зазначає Міністерство сільського господарства США, на тлі слабкого ринку сироватки виробники сухих сироваткових продуктів у США віддають перевагу виробництву висококонцентрованого протеїну 80% (КСБ) та сухий перміат сироватки молочної, відмовляючись від випуску сироватки та Зпротеїну 4% (КСБ). Ціни на суху сироватку в Європі стійкі, поштовхування попиту відзначається тільки на кормову сироватку.

Морозиво. Найвищий попит на цей продукт у період весняно-літній період сприяє прискоренню збільшення споживання мороженцями сировини (сире молоко, сухе знежирене молоко, суха сироватка, масло, згущене молоко), залишки морозива, вивільнення на ринку та зниження попиту на нього відбувається восени.

Місце Китаю у світовій торгівлі молочними продуктами становить: 4% імпорту сиру, 9% імпорту вершкового масла, 13% імпорту сухого знежиреного молока, 23% імпорту сухого цільного молока.

У серпні 2022 року впав обсяг імпорту Китаєм сухої сироватки (-5%), (-12%) із США, (-9%) із Нідерландів. Падіння імпорту зі США пов'язане

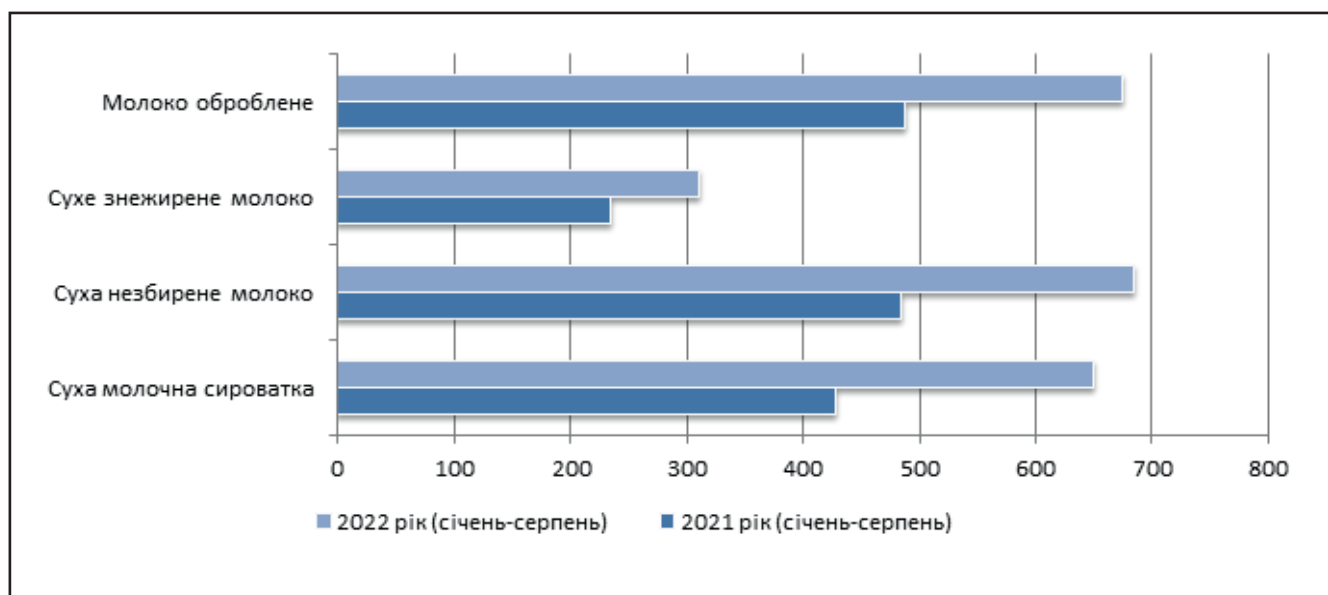
не з підвищенням ціни на 8%. Постачання з Білорусі (в основному червневого відвантаження та початку липня) зросли на 33%. Як і сироватка, обсяг імпорту сухого знежиреного молока у серпні знову провалився (-26%). При цьому обсяги постачання впали від усіх основних імпортерів: Нова Зеландія, США, Австралія, Німеччина, Білорусь. Зростання ціни сухого цільного молока з Нової Зеландії в серпні склало 3% і не вплинув обсяг імпорту. Дешевший уругвайський продукт також зріс у ціні на 12%. Постачання сиру в країну збільшилося за 2022 року на 45%, це зростаюча після сухої сироватки категорія молочних продуктів. У серпні ціна на сири з Нової Зеландії залишилася незмінною, сири інших експортерів дешевшали. Масло – найменш зростаюча категорія імпорту (+22%) за підсумками 2022 року. Попит на свинину в Китаї продовжує знижуватися та спонукає до зниження ціни на суху сироватку (корм для свинарства).

За 8 місяців 2022 року імпорт сироватки із США зріс на 64% (+97 ТМТ – тисяча метричних тон), з Білорусі на 74% (+26 ТМТ), на 51% з Нідерландів (+19 ТМТ), на 42% із Польщі (+14 ТМТ), з'явилися постачання з Туреччини (38 ТМТ) (рис.4) [10].

Місце у світовій торгівлі молочними продуктами Білорусі становить: 8% експорту сиру, 8% експорту масла, 5% експорту сухого знежиреного молока, 1% експорту сухого цільного молока.

Білоруський експорт сухого знежиреного молока у липні становив 9,7 ТМТ (-42% до рівня 2021 року). Пік експорту 2022 року припав на літні місяці, що частково пояснює таке значне падіння. У зв'язку з поточним зростанням цін на світових ринках, можливо, збільшення експорту сухого знежиреного молока слід очікувати найближчим часом, у вересні – жовтні 2023 року. Обсяг експорту до Росії за 8 місяців року знизився на 16%, до Китаю – зріс на 56% (рис.5) [8, 10].

Експорт сироватки із Білорусі знизився на 10% до 10,7 ТМТ (+3% до липня 2021 року) [12]. За 8 місяців року експорт сухої сироватки в Росію впав на 24% та зріс до Китаю на 33%. Ринки Китаю та Росії взаємно врівноважують один одного в експорті Білорусі. Зниження поставок до Росії (падіння попиту та цінова яма в РФ) супроводжувалося частковим відновленням обсягів поставок у Китай (рис.6). Середня ціна експорту білоруської сироватки до Китаю протягом місяця підня-



**Рисунк 4. Імпорт Китаю з початку 2022 року (січень–серпень), ТМТ**

лася на 3%, поряд із нею знаходилася ціна казахстанських відвантажень.

Місце у світовій торгівлі молочними продуктами Казахстану становить: 1% імпорту сиру, 1% імпорту вершкового масла, 1% імпорту сухого знежиреного молока.

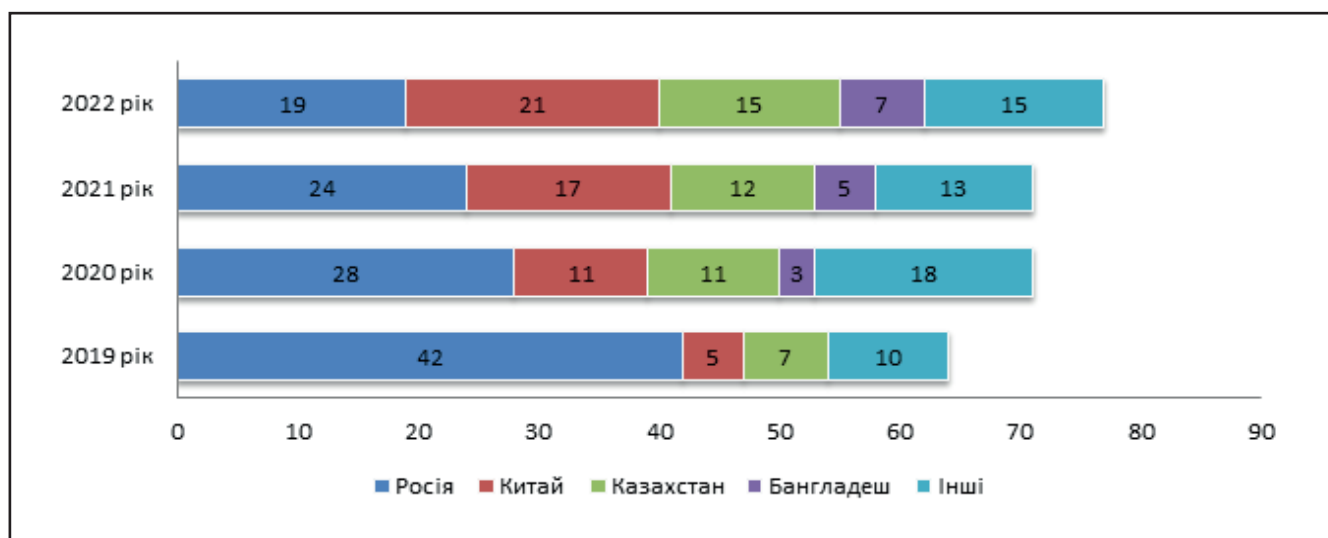
Імпорт сухого знежиреного молока Казахстаном у липні зріс за місяць на 28%. Постачання сухого знежиреного молока в країну закуповується в Білорусі за вищими цінами. За 8 місяців року імпорт сиру зріс на 2%, частки країн – імпортерів залишаються стійкими (рис.7) [10].

У липні 2022 року імпортна ціна сухої сироватки в Казахстані зросла на 31%, піднявши попит російського ринку, 96% сироватки в Казахстан у

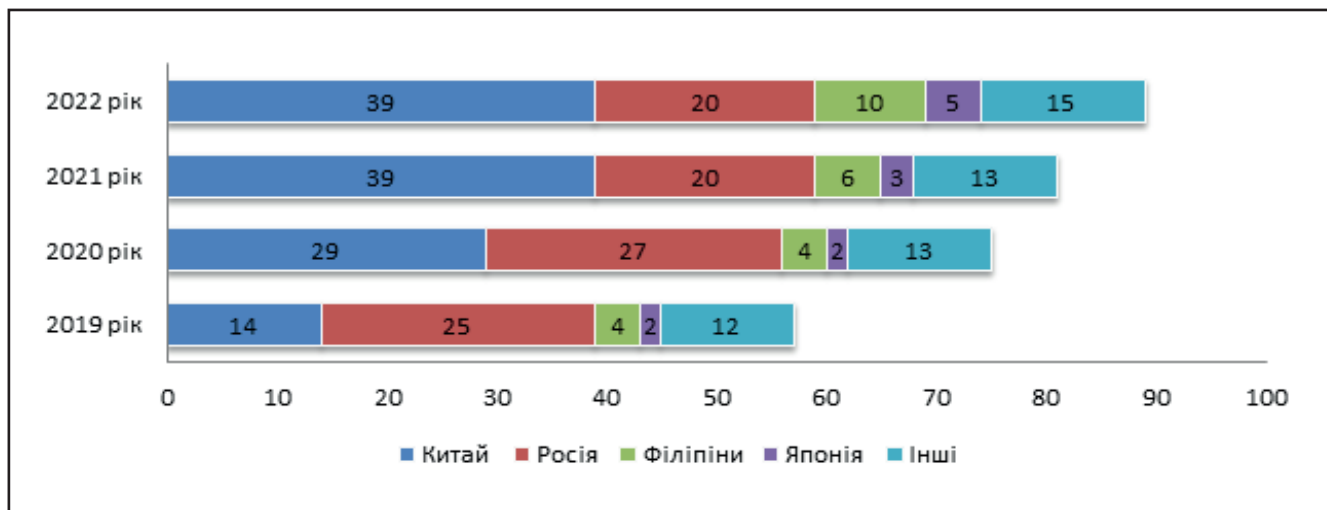
липні було імпортовано з Росії. Білорусь втратила інтерес до ринку Казахстану в поточному році, за 8 місяців поставки впали на 81% (рис.8) [10].

Імпорт сухого знежиреного молока Казахстаном у липні зріс за місяць на 28% (–18% до липня 2021 року). Близько половини сухого знежиреного молока (48%) було завезено з Білорусі. За 8 місяців року імпорт скоротився на 1/3 щодо відповідного періоду минулого року. З початку поточного року обсяги тримаються нижче минулорічних. Постачання з Білорусі за той же період скоротилися на 41%.

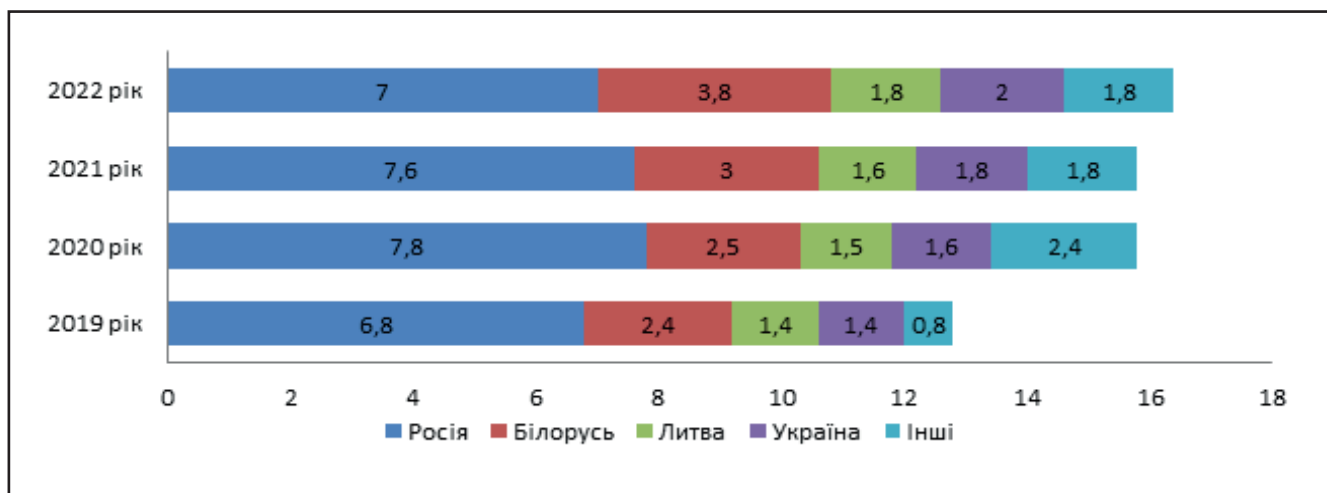
Імпорт сухої сироватки у липні 2022 року збільшився на 15% (+22% до липня 2021 року). У липні на 4% зросли постачання сиру до Казах–



**Рисунк 5. Експорт Білорусі сухого знежиреного молока з початку 2022 року (січень–серпень), ТМТ**



**Рисунок 6. Експорт Білорусі сухої сироватки з початку 2022 року (січень–серпень), ТМТ**



**Рисунок 7. Імпорт Казахстаном сиру з початку 2022 року (січень–серпень), ТМТ**

стану (+18% до липня минулого року), за 8 місяців року імпорту сиру зріс на 2%, частки країн – імпортерів залишаються стійкими (рис.7). Імпорт морозива до Казахстану у липні перевищив рівень відповідного місяця минулого року на 44%.

На початку 2000-х років Україна була одним з провідних операторів на світовому ринку сухого молока, але у 2007–2012 роках в умовах суттєвого зменшення виробництва молока та врахування переорієнтації гравців ринку на більш прибуткові продукти молочної галузі. Тому, випуск сухого молока в країні істотно зменшився, а відповідно експорт його зменшився також. Торгова російська війна змінила тенденції розвитку вітчизняного ринку сухого молока. Втративши можливість здійснювати поставки сиру на російський ринок, сировари були змушені масово переорієнтуватися на випуск альтернативної продукції, у тому числі сухого молока. Таким чином,

випуск українського сухого молока протягом 2016–2021 років дещо зріс, проте подальше його нарощення в найближчі роки, на думку експертів, малоімовірно через нестачу сировини.

В цілому, в 2016–2021 роках Україна щороку експортувала в середньому по 30000 тон з низхідним рухом у 2020–2021 роках до 23000 тон. Основними споживачами вітчизняного сухого знежиреного молока в 2021 році були ринки: Бангладеш – 5,275 тисяч тон, Казахстану – 3,363 тисяч тон, Грузії – 2,678 тисяч тон, Китаю – 2,050 тисяч тон, Вірменії – 1,719 тисяч тон, Малайзії – 1,200 тисяч тон, Філіппін – 0,877 тисяч тон, Азербайджану – 0,648 тисяч то), Узбекистану – 0,531 тисяч тон [34].

Виробництво сухого незбираного молока продемонструвало протягом останніх п'яти років позитивну динаміку, що спричинено збільшенням світового попиту, у тому числі в Китаї. Об'єм екс-

порту сухого незбираного молока у 2017–2021 роках зросло у 1,7 рази – з 2,5 тисяч тон в 2016 році до 4,2 тисяч тон в 2017 році. Споживання вітчизняного сухого незбираного молока сьогодні є ринки: Ізраїлю – 0,788 тисяч тон, Кувейту – 0,600 тисяч тон, Вірменії – 0,493 тисяч тон, Лівану – 0,350 тисяч тон, Казахстану – 0,326 тисяч тон, Молдови – 0,261 тисяч тон, Алжиру – 0,2 тисяч тон, Єгипту – 0,2 тисяч тон, Азербайджану – 0,107 тисяч тон [45].

### Висновки

Аналіз кон'юнктури світового ринку молока та молочної продукції та досвіду розвитку молочно-го виробництва провідних країнах світу дозволив виявити особливості, які мають найбільший вплив на збільшення продуктивності галузі та її рентабельності.

Виробництво молока та молочної продукції у світі щорічно збільшується – за 5 досліджуваних років зростання становило 110,3%. Основні фактори – це зростання продуктивності корів у країнах ЄС, Бразилії, США; поголів'я в Індії та Китаї; збільшення попиту на молоко та молочну продукцію в країнах, що розвиваються, у зв'язку зі зростанням чисельності населення.

У 2021 році на першому місці знаходиться Євросоюз (17% світового виробництва), далі йдуть США, Індія та Китай. Ринок молока США, Канади та ЄС перенасичений, у зв'язку з високою продуктивністю корів, що робить ці країни основними експортерами продукції. Державне регулювання тут спрямовано на скорочення виробництва за допомогою ціноутворення та встановлення лімітів. У Європі ключовим виробником молока є Німеччина.

Бразилія, Індія та Китай ведуть переважно екстенсивне виробництво, при цьому поступово переходячи на його інтенсифікацію. Для цього державою виділяються субсидії на придбання нових технологій та будівництво сучасних молочних ферм.

Ринки молока та молочної продукції в країнах на пострадянському просторі відрізняються наявністю суттєвого експортного потенціалу. Внутрішній ринок цих країн вже близький до насичення та обмежений невисоким рівнем соціально-економічного розвитку. Необхідна диверсифікація експорту Білорусії та Казахстану у бік країн Південно-Східної Азії, Китаю, Східної Європи.

Основним трендом сучасності на молочно-му ринку є зміщення попиту у бік низькокалорій-

ної та знежиреної продукції, який збільшився на 13,9% у період з 2016 по 2021 рік. Також відбувається зростання попиту на складніші продукти – сири, йогурти, молочні десерти. Фактором, що перешкоджає розвитку ринку молока та молочної продукції, в останні роки стало зростання попиту на рослинні аналоги. Варто відзначити, що основним драйвером розвитку світового молочного ринку в перспективі стануть не країни ЄС чи США, а країни, що розвиваються, де урбанізація та зростання чисельності населення призвели до необхідності суттєвого збільшення виробництва молока та молочної продукції.

### Список використаних джерел

1. Агroeкспансія 2019. Бізнес. 2019. № 2. С. 62–63
2. Інформаційно-аналітичний звіт по ринкам молока 2018 Ради з питань експорту продовольства. URL: <http://ukrainian-food.org/uk/post/ricnij-zvit-porinkammoloka-2018-roku>
3. Кваша С. М., Іванько А. В. Моделювання часткової рівноваги на ринку молока та молочної продукції в Україні. Економіка АПК. 2017. № 7. С. 37–46
4. Огляд світового ринку молока. MilkUA.info: веб-сайт. URL: <http://milkua.info/uk/post/section/world>
5. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 19.04.2023)
6. Практичний довідник експортера молочної продукції. URL: <https://ukrainefood.org/2018/06/praktychnyj-dovidnyk-eksportera-molo/>
7. Про молоко та молочні продукти. Закон України від 24.06.2004 р. № 1870-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1870-15> (дата звернення 11.05.2023)
8. Попко О. В.. Маркетингове дослідження світового ринку молочної продукції та місця України в ньому. Вісник економічної науки України, 2019. №1, с.106–113
9. FAOSTAT – Food and Agriculture Organization of the United Nations. URL: <http://www.fao.org/faostat/en/> (дата звернення 19.05.2023)
10. Global Dairy Trade. URL: <https://www.globaldairytrade.info/> (дата звернення 19.05.2023)
11. CLAL – Advisory in Dairy and Food Product: website. URL: [https://www-clal-it.translate.google.com/en/index.php?section=chisiamo&\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_hl=ru&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www-clal-it.translate.google.com/en/index.php?section=chisiamo&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc) (дата звернення 19.05.2023)
12. Infagro. URL: <https://infagro.com.ua/ryinokmasla-i-spredov-2018> (дата звернення 11.05.2023)

13. OECD–FAO Agricultural Outlook 2018–2027  
URL: <http://www.agri-outlook.org> (дата звернення 24.05.2023)

#### References

1. Agroekspansiya 2019. (2019) *Biznes*, 2, 62–63 [in Ukrainian].
2. Informatsionno–analiticheskiy otchet po ryнкam moloka 2018 (2018) Soveta po voprosam eksporta prodovol'stviya. Retrieved from: <http://ukrainian-food.org/ru/post/ricnij-zvit-po-rinkammoloka-2018-roku> [in Ukrainian].
3. Kvasha S. M., Ivan'ko A. V. (2017) Modelirovaniye chastichnogo ravnovesiya na rynke moloka i molochnoy produktsii v Ukraine. *Ekonomika APK*, 7, 37–46 [in Ukrainian].
4. Obzor mirovogo rynku moloka. (2023) MilkUA.info: veb–sayt. Retrieved from: <http://milkua.info/ru/post/section/world> [in Ukrainian].
5. Ofitsial'nyy sayt Gosudarstvennoy sluzhby statistiki Ukrainy. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
6. Praktychnyi dovidnyk eksportera molochnoi produktsii [Practical guide for dairy exporter]. (n.d.). Ukraine food.org. Retrieved from: <https://ukrainefood.org/2018/06/praktychnyj-dovidnyk-eksportera-molo/> [in Ukrainian].
7. Pro moloko ta molochni produkty № 1870–HV: Zakon Ukrainy (2004.06.24). Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1870-15> [in Ukrainian].
8. Popko O.V. (2019). Marketynhove doslidzhen-nya svitovoho rynku molochnoyi produktsiyi ta mistsya

Ukrayiny v n'omu. *Visnyk ekonomichnoyi nauky Ukrainy*, 1, 106–113 [in Ukrainian].

9. FAOSTAT – Food and Agriculture Organization of the United Nations. Retrieved from: <http://www.fao.org/faostat/en/>
10. Global Dairy Trade. (2023). Retrieved from: <https://www.globaldairytrade.info/>
11. CLAL – Advisory in Dairy and Food Product: web–site. (2023). Retrieved from: [https://www-clal-it.translate.goog/en/index.php?section=chisiamo&\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=ru&\\_x\\_tr\\_hl=ru&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://www-clal-it.translate.goog/en/index.php?section=chisiamo&_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc)
12. Infagro. (2023). Retrieved from: <https://infagro.com.ua/ryinokmasla-i-sprediv-2018>
13. OECD–FAO Agricultural Outlook 2018–2027 (2023). Retrieved from: <http://www.agri-outlook.org>

#### Дані про автора

**Плахотнікова Лариса Олександрівна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, Національна академія статистики, обліку та аудиту  
e-mail: [lara212010@meta.ua](mailto:lara212010@meta.ua)  
researcher ID: B-1544-2019  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9965-878X>

#### Data about the author

**Plakhotnikova Larisa,**

PhD in Economics, Associate Professor of Department for Economics and Management of Foreign Economic Activities, National Academy of Statistics, Accounting and Audit  
e-mail: [lara212010@meta.ua](mailto:lara212010@meta.ua)

УДК 338.45:339.332:658.8:005.336.1–047.44

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8141887>

МОЛНАР О. С.

МІЦА В. В.

ТИХОНОВ В. О.

## Оцінка ефективності стратегічного маркетингового управління збутом підприємств

**Предметом дослідження** є ефективність стратегічного маркетингового управління збутом підприємств та її оцінка.

**Метою дослідження** є здійснення оцінки ефективності стратегічного маркетингового управління збутом.

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

**Результати роботи.** У статті наведена модель оцінки ефективності стратегічного маркетингового управління збутом. Здійснено оцінку зовнішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом. Охарактеризовано оцінку внутрішньої ефективності стратегічного маркетин-

гового управління збутом.

**Висновки.** Оцінка ефективності стратегічного маркетингового управління збутом підприємств показала, що: протягом життєвого циклу підприємства знижується зовнішня ефективність стратегічного маркетингового управління збутом: найкращі позиції на ринку мають підприємства, які знаходяться на стадії зростання, що свідчить про ефективність їхнього стратегічного маркетингового управління збутом; протягом життєвого циклу підприємства зростає рівень утримання покупців і знижується рівень залучення покупців. Однак, внаслідок неефективного стратегічного маркетингового управління збутом, на пізніших стадіях життєвого циклу підприємства відбувається зниження рівня утримання покупців; впродовж життєвого циклу відбувається зниження внутрішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом: на ранніх стадіях життєвого циклу підприємства (народження і зростання) відбувається підвищення ступеня досягнення стратегічних маркетингових цілей у сфері збуту, а на пізніх стадіях (зрілість і старіння) спостерігається його зниження; на стадіях зрілості і старіння відчувається необхідність перегляду діючих маркетингових стратегій управління збутом; на стадіях зрілості і старіння відбувається погіршення економічних показників ефективності стратегічного маркетингового управління збутом (уповільнення товарооборотності, зниження витратовіддачі, зменшення доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на 1 тис. грн. фонду оплати праці збутового персоналу).

**Ключові слова:** підприємство, маркетинг, збут, ефективність, ринок, інформація, конкурентоспроможність, інновації, фінанси, покупець.

MOLNAR O. S.  
MITSA V. V.  
TYKHONOV V. O.

## Evaluation of the effectiveness of strategic marketing management of enterprise sales

**The subject of the study** is the effectiveness of strategic marketing management of sales of enterprises and its evaluation.

**The purpose of the study** is to evaluate the effectiveness of strategic marketing management of sales.

**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 a model for evaluating the effectiveness of strategic marketing sales management. An evaluation of the external effectiveness of strategic marketing sales management was carried out. The evaluation of the internal efficiency of strategic marketing management of sales is characterized.

**Conclusions.** The evaluation of the effectiveness of strategic marketing management of sales of enterprises showed that: during the life cycle of the enterprise, the external effectiveness of strategic marketing management of sales decreases: the best positions on the market are held by enterprises that are at the stage of growth, which indicates the effectiveness of their strategic marketing management of sales; during the life cycle of the enterprise, the level of customer retention increases and the level of customer attraction decreases. However, as a result of ineffective strategic marketing management of sales, at later stages of the enterprise's life cycle, the level of customer retention decreases; during the life cycle, there is a decrease in the internal effectiveness of strategic marketing management of sales: in the early stages of the life cycle of the enterprise (birth and growth), the degree of achievement of strategic marketing goals in the field of sales increases, and in the later stages (maturity and aging), its decrease is observed; at the stages of maturity and aging, there is a need to review the current marketing strategies of sales management; in the stages of maturity and aging, there is a deterioration of the economic indicators of the effectiveness of strategic marketing management of sales (slowing down of turnover, reduction of cost return, decrease of income (revenue) from the sale of products (goods, works, services) by UAH 1 thousand of the salary fund of the sales staff).

**Keywords:** enterprise, marketing, sales, efficiency, market, information, competitiveness, innovations, finance, customer.

**Постановка проблеми.** Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств своєчасної реакції на зміни, які відбуваються у зовнішньому середовищі. Мінливість зовнішнього середовища обумовлює необхідність використання стратегічного підходу в управлінні збутом. Ринок вимагає маркетингового підходу до управління всіма сферами діяльності підприємства, у тому числі збутом.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** В сучасній економічній літературі значна увага приділяється використанню маркетингового підходу, а також комплексного підходу до стратегічного маркетингового управління (Балабанова Л.В., Еткінсон Дж., Зозульов О.В., Куденко Н.В., Маркова В.Д., Маркіна І.А., Редченко К.І., Холод В.В., Шубін О.О.). Однак, стратегічне маркетингове управління збутом як концепція управління збутовою діяльністю підприємств в достатній мірі не розглядалась і тому потребують подальшого дослідження.

**Мета статті** – здійснення оцінки ефективності стратегічного маркетингового управління збутом.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних умовах господарювання, коли необхідним є використання стратегічного маркетингового підходу до управління всіма сферами управління підприємства, у тому числі і збутом, доцільно систематично проводити оцінку ефективності стратегічного маркетингового управління збутом, що дозволить своєчасно виявити проблеми і розробити заходи щодо їх нівелювання.

Забезпечення ефективності стратегічного маркетингового управління збутом є однією з особливо важливих цілей в системі стратегічного управління. Враховуючи те, що збут – це невід’ємний і один з найголовніших елементів комплексу маркетингу, можна вважати, що ефективність діяльності підприємства в умовах ринкової економіки в цілому залежить, насамперед, від ефективності стратегічного маркетингового управління збутом.

Розрізняють внутрішню та зовнішню ефективність (див. рисунок).

Оцінка зовнішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом – це визначення його стратегічної позиції та сприйняття цільовим ринком. Оцінку зовнішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом доцільно здійснювати шляхом стратегічного аналізу позиції підприємства на ринку, оцін-

ки ефективності функціонування підприємства на цільовому ринку і аналізу прихильності покупців. Стратегічний аналіз проводиться за допомогою матриці спрямованої політики (модель Shell / DPM), що дозволяє проаналізувати тенденції розвитку поточної ситуації у галузі та передбачити перспективи. Найкращі позиції мають підприємства, які знаходяться на стадії зростання, що свідчить про ефективність їхнього стратегічного маркетингового управління збутом.

Наступним етапом оцінки зовнішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом є оцінка ефективності функціонування підприємства на цільовому ринку, в ході якої необхідно оцінити рівень залучення і утримання покупців. У процесі оцінки залучення покупців аналізувалось за такими показниками, як інформування покупців, реклама, заходи стимулювання збуту, рівень цін, асортимент товарів, імідж підприємства. Рівень утримання покупців було проаналізовано за такими показниками: рівень обслуговування, програма підвищення лояльності покупців, якість товарів, місце розташування підприємства, час, необхідний для здійснення купівлі, додаткові послуги. Протягом життєвого циклу підприємства зростає рівень утримання покупців і знижується рівень залучення покупців. Однак, внаслідок неефективного стратегічного маркетингового управління збутом, на пізніх стадіях життєвого циклу підприємства відбувається зниження рівня утримання покупців.

Також при оцінці зовнішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом необхідним є здійснення аналізу прихильності покупців. З метою підвищення рівня прихильності покупців необхідно підвищити рівень задоволеності покупців. Для цього доцільно проаналізувати додаткові фактори маркетингу «7R»: дослідження, швидкість, ресурси, роздрібна торгівля, надійність, винагорода і взаємовідносини. На стадії народження підприємства по-різному використовують дані фактори, в залежності від стратегічного напрямку розвитку. На стадії зростання підприємства використовують фактори «7R», а на більш пізніх стадіях життєвого циклу підприємства відбувається зниження ефективності використання додаткових елементів маркетингу, що призводить до зниження прихильності покупців до підприємства.

Оцінка внутрішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом – це ви-





**Модель оцінки ефективності стратегічного маркетингового управління збутом \***

\* складено авторами

значення відповідності результатів стратегічного маркетингового управління збутом встановленим стратегічним цілям, ефективності самих стратегій та економічної ефективності стратегічного маркетингового управління збутом. Оцінку внутрішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом доцільно здійснювати шляхом аналізу ступеня досягнення стратегічних маркетингових цілей у сфері збуту і оцінки ефективності маркетингових стратегій управління збутом. Стадія життєвого циклу, на якій знаходиться підприємство, безпосередньо обумовлює його стратегічні маркетингові цілі у сфері збуту. Так, на стадії народження підприємства, основна увага приділяється вибору цільового ринку і збільшенню обсягів продажу. На стадії зростання підприємства у центрі уваги знаходиться збільшення ринкової частки, розширення цільових сегментів. На стадії зрілості підприємство намагається зберегти існуючі позиції і вийти на нові ринки збуту. На стадії старіння підприємству доцільно залучати нових споживачів, диверсифікувати діяльність і шукати внутрішні резерви підвищення ефективності збутової діяльності. В цілому можна відзначити, що на ранніх стадіях життєвого циклу підприємства (народження і зростання) відбувається підвищення ступеня досягнення стратегічних маркетингових цілей у сфері збуту, а на пізніх стадіях (зрілість і старіння) спостерігається його зниження.

Другим параметром внутрішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом є ефективність маркетингових стратегій управ-

ління збутом. Аналіз ефективності маркетингових стратегій управління збутом здійснюється за допомогою методу експертних оцінок. При цьому ефективність маркетингових стратегій управління збутом оцінюється за такими параметрами: відповідність стратегії стану зовнішнього середовища, відповідність стратегічним цілям підприємства, відповідність збутовому потенціалу, рівень забезпечення досягнення збутових цілей.

Важливою складовою оцінки внутрішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом є оцінка його економічної ефективності. Оцінку економічної ефективності стратегічного маркетингового управління збутом здійснюється за такими показниками: рентабельність збутової діяльності, товарооборотність, чистий прибуток на 1 м<sup>2</sup> торговельної площі, рівень витрат на збут, витратовіддача, рентабельність витрат на збут.

**Висновки**

Оцінка ефективності стратегічного маркетингового управління збутом підприємств показала, що: протягом життєвого циклу підприємства знижується зовнішня ефективність стратегічного маркетингового управління збутом: найкращі позиції на ринку мають підприємства, які знаходяться на стадії зростання, що свідчить про ефективність їхнього стратегічного маркетингового управління збутом; протягом життєвого циклу підприємства зростає рівень утримання покупців і знижується рівень залучення покупців. Однак, внаслідок неефективного стратегічного маркетингового управ-

ління збутом, на пізніших стадіях життєвого циклу підприємства відбувається зниження рівня утримання покупців; впродовж життєвого циклу відбувається зниження внутрішньої ефективності стратегічного маркетингового управління збутом: на ранніх стадіях життєвого циклу підприємства (народження і зростання) відбувається підвищення ступеня досягнення стратегічних маркетингових цілей у сфері збуту, а на пізніх стадіях (зрілість і старіння) спостерігається його зниження; на стадіях зрілості і старіння відчувається необхідність перегляду діючих маркетингових стратегій управління збутом; на стадіях зрілості і старіння відбувається погіршення економічних показників ефективності стратегічного маркетингового управління збутом (уповільнення товарооборотності, зниження витратовіддачі, зменшення доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) на 1 тис. грн. фонду оплати праці збутового персоналу).

#### Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Маркетинг: підруч. [2-ге вид. перероб. і доп.]. К.: Знання-Прес, 2004. 645 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. К.: Лібра, 2002. 712 с.
3. Важинський Ф. А., Колодійчук А. В. Маркетингове дослідження в системі управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. Львів: РВВ НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (1). С. 125–130.
4. 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.
5. 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.
6. 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.
7. Колодійчук А. В. Інноваційний розвиток промисловості: завдання управління при врахуванні умов недосконалої конкуренції: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2015. 324 с.
8. Колодійчук А. В., Молнар О. С., Робакова Л. П., Ценклер Н. І., Югас Е. Ф. Міжнародне підприємництво: підручник. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2022. 191 с.
9. Колодійчук А. В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. №5/1(132). С. 58–62.
10. 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.
11. 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.
12. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. [2-ге вид., без змін]. К.: КНЕУ, 2006. 152 с.
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. Balabanova, L. V. (2004). *Marketynh [Marketing]: Textbook*. [2nd ed. rev. and ext.]. Kyiv: Knowledge Press. [in Ukrainian].
2. Harkavenko, S. S. (2002). *Marketynh [Marketing]: Textbook*. Kyiv: Libra. [in Ukrainian].
3. Vazhynskyy, F. A., & Kolodiychuk, A. V. (2009). *Marketynhovi doslidzhennya v systemi upravlinnya konkurentospromozhnistyu 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].
4. 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].
5. 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].
6. 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].

7. 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].

8. Kolodiychuk, A. V., Molnar, O. S., Rybakova, L. P., Tsenkler, N. I., & Yuhas, E. F. (2022). Mizhnarodne pidpryyemnytstvo [International entrepreneurship]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

9. Kolodiychuk, A. V. (2012). Informatsiya yak factor 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].

10. 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].

11. 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].

12. Kudenko, N. V. (2006). Stratehichnyy marketynh [Strategic marketing]: Manual. [2nd ed., without changes]. Kyiv: KNEU, [in Ukrainian].

13. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). Upravlinnya konkurentospromozhnisty 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

##### **Молнар Олександр Сергійович,**

к.е.н., доцент, завідувач кафедри економічної теорії, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Мица Владислав Володимирович,**

к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Тихонов Вадим Олександрович,**

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

#### Data about the 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

##### **Vladyslav Mitsa,**

Ph.D. of Economics, Associate Professor of the Department of Economic Theory, Uzhhorod National University  
e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

##### **Vadym Tykhonov,**

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University  
e-mail: Kaf-et@uzhnu.edu.ua

УДК: 631.5:635.657(477)

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8141926>

СТЕПАСЮК Л. М.

## Перспективи вирощування нуту в Україні

**Актуальність теми дослідження.** Нут є цінною зернобобовою та важливою продовольчою культурою. Він характеризується найвищою поживною цінністю серед усіх зернобобових культур, великою кількістю вітамінів та інших біологічно цінних речовин, що і обумовлює високий попит на його зерно. Нут дуже популярний і вирощується в багатьох країнах світу. Насіння його багате на білок, а технологія вирощування характеризується невибагливістю до умов родючості ґрунту та стійкою посухостійкістю. Саме останній фактор сьогодні як ніколи актуальний для розвитку вітчизняного сільськогосподарства, що все більше стає залежним від зміни і коливання кліматичних умов.

**Постановка проблеми.** Стимулом для вирощування нуту є вища дохідність нішевих бобових культур порівняно з традиційними, зростаючий попит та відносно низька конкуренція на світовому ринку. Проте, нут сьогодні можна вважати недооціненою культурою в Україні.

**Постановка мети і завдань дослідження.** Здійснити аналіз тенденцій розвитку ринку нуту в Україні. Аргументувати можливість отримання його конкретних переваг як на внутрішньому так і зовнішніх ринках. Обґрунтувати основні напрямки збільшення виробництва нуту та підвищення його ролі у забезпеченні продовольчої безпеки країни в умовах євроінтеграції.

**Метод або методологія дослідження.** В статті використано методи порівняльного аналізу, графічний, системного підходу, логічного узагальнення, розрахунково–конструктивний.

**Презентація основного матеріалу (результати дослідження).** Для фермерів, нут може стати не менш вигідною маржинальною культурою ніж традиційні сояшник та ріпак, особливо за досить нестійких кліматичних умов та високої цінової волативності аграрного ринку.

**Галузь застосування результатів.** Результати дослідження можуть бути використані в практичній діяльності сучасних аграрних підприємств для підвищення рівня їх економічної ефективності.

**Висновки за статтею.** Нут – одна з найцінніших бобових сільськогосподарських культур, що має високу харчову цінність, хорошу маржинальність і може зайняти достойне місце у сівозміні.

**Ключові слова:** нут, урожайність, зернобобові культури, собівартість, ефективність.

STEPASYUK L. M.

## Prospects of growing chickpea in Ukraine

**Relevance of the research topic.** Chickpea is a valuable legume and an important food crop. It is characterized by the highest nutritional value among all leguminous crops, a large number of vitamins and other biologically valuable substances, which determines the high demand for its grain. Chickpeas are very popular and are grown in many countries around the world. Its seeds are rich in protein, and the cultivation technology is characterized by unpretentiousness to the conditions of soil fertility and permanent drought resistance. It is the last factor that is more relevant today than ever for the development of domestic agriculture, which is becoming increasingly dependent on changes and fluctuations in climatic conditions.

**Formulation of the problem.** The incentive for growing chickpeas is the higher profitability of niche legume crops compared to traditional ones, growing demand and relatively low competition on the world market. However, chickpeas today can be considered an underestimated crop in Ukraine.

**Setting the goal and objectives of the research.** Analyze trends in chickpea market development in Ukraine. Argue the possibility of obtaining its specific advantages both in the domestic and foreign markets. To justify the main directions of increasing chickpea production and increasing its role in ensuring the country's food security in the conditions of European integration.

**Research method or methodology.** The article uses the methods of comparative analysis, graphic, system approach, logical generalization, computational and constructive.

**Presentation of the main material (research results).** For farmers, chickpeas can become a marginal crop no less profitable than traditional sunflower and rapeseed, especially under rather unstable climatic conditions and high price volatility of the agricultural market.

**Field of application of results.** The results of the research can be used in the practical activities of modern agricultural enterprises to increase the level of their economic efficiency.

**Conclusions according to the article.** Chickpea is one of the most valuable leguminous agricultural crops, which has a high nutritional value, a good margin and can take a worthy place in crop rotation.

**Keywords:** chickpeas, yield, leguminous crops, cost, efficiency.

**Постановка проблеми.** На даний час Україна здійснює незначний вплив на світовий ринок бобових. Так, у 2020 році частка виробництва українського гороху в світовій структурі склала лише 4%. Проте, все може змінитися разом з ціновою кон'юнктурою та популяризацією вживан-

ня рослинного білку. Український нут знаходить покупців як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. З кожним роком попит на нут зростає, а вирощування даної культури стає прибутковим. Завдяки сприятливим природно–кліматичним умовам урожайність українського нуту є знач-

но вищою середньосвітового рівня і становить близько 2,2 т/га. Завдяки високій маржинальності нуту, яка сьогодні вище, ніж у сояшнику або сої, дана культура все більше знаходить застосування в українських аграріїв. Рентабельність його продажів оцінюється на рівні 52%. В 2021 році валовий збір нуту майже в два рази був вищим, ніж в попередньому. Ціна на нут залишається стабільно високою. Український нут користується попитом в таких країнах, як Індія, Пакистан, Туреччина, Йорданія, Єгипет та Саудівська Аравія. Тому, збільшення обсягів виробництва нішевих культур в Україні та налагодження їх експорту є результатом державної політики сприяння розвитку національних агровиробників [1].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням ефективності вирощування нуту в Україні присвячені праці таких вчених, як В.І. Січкаря, О. І. Лебединської, В.Ф. Петриченка, Ю. Кернасюка, В.Ф. Камінського, В.П. Патики, С.В. Дідовича, та ін.

**Метою дослідження.** Здійснити аналіз стану та сучасних тенденцій розвитку ринку нуту в Україні. Обґрунтувати можливість перспектив його вирощування та отримання конкурентних переваг як на внутрішньому так і зовнішніх ринках.

**Виклад основного матеріалу** дослідження. Нут є цінною зернобобовою та важливою продовольчою культурою. Його широко використовують як сировину для консервної та харчової промисловості.

У зв'язку зі зростаючим попитом на нут світові площі під нього в останні роки зросли. Так, у світі його вирощують на площі близько 13 млн га.

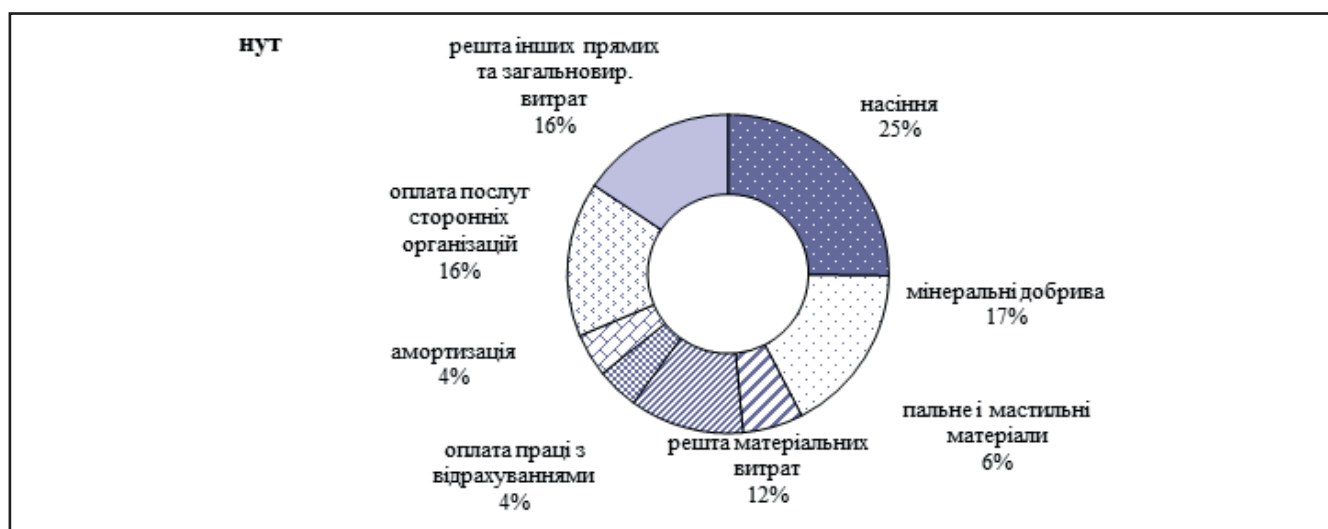
Світовий валовий збір не перевищує 10 млн т. Тобто середня врожайність становить близько 8 ц/га. А світове споживання нуту оцінюється на рівні 13–15 млн т.

Незважаючи на те, що нут не користується особливою популярністю серед українського населення, ця культура становить значну частину раціону населення Азії, Близького Сходу та Північної Африки. Разом з потоками мігрантів, попит на нут перемістився і в Європу. Головним світовим виробником і одночасно споживачем нуту є Індія, також ключовими учасниками даного ринку стали Пакистан і Австралія [2].

До останнього часу, українські аграрії виробництву нуту приділяли недостатньо уваги, хоча ця культура є добрим попередником у сівозміні та має безліч інших корисних властивостей. Проте, все змінилося впродовж 2016–2017 рр., коли посівні площі під нутом зросли майже вдвічі, що було зумовлено високими реалізаційними цінами на нього та адаптаційними можливостями вирощування за посухостійких умов у більшості регіонів країни.

Проте, починаючи з 2018р. посівні площі під нут почали зменшуватися. Так, у 2018р. посівна площа нуту складала – 47 тис. га, в 2019р. – 30 тис. га, в 2020р. – 20 тис. га, а в 2021р. лише 8,5 тис. га.

У сезоні 2022–23 рр. площа посіву нуту також продовжує скорочуватися, адже основні площі вирощування даної культури знаходяться на півдні України, де відбуваються бойові дії. Також, основна перепона, яка постанала на шляху поширення та культивування нуту – це відсутність сертифікованих ЗЗР для контролю бур'янів у посівах нуту.



Структура витрат на виробництво нуту, 2021 р, %

Як приклад, розглянемо вирощування нуту в одному з сільськогосподарських підприємств України СТОВ «КОЦЮБІНСЬКЕ».

Аналіз структури виробничих витрат нуту свідчить, що дане господарство приділяє виробництву даній продукції особливу увагу. Досить вагомою є питома вага витрат на насіння, в зв'язку з тим, що на ринку попит на нього перевищує наявну пропозицію. Також, значну питому вагу в структурі витрат займають такі статті витрат як мінеральні добрива – 17%, оплата послуг сторонніх організацій та решта інших прямих загальногосподарських витрат – по 16%. Зокрема, загальногосподарські витрати, включають орендну плату та єдиний сільськогосподарський податок (див. рисунок).

Порівняльний аналіз ефективності сільськогосподарських культур, які вирощуються в даному підприємстві свідчить, що найбільш рентабельною культурою в даному господарстві є нут, рівень рентабельності якого складає – 68,7%. Для порівняння рівень рентабельності кукурудзи становить – 44,9%, а вирощування озимої пшениці для даного підприємства взагалі було збитковим – 4,5% (табл.1).

Основними і найбільш значимими у вітчизняних умовах конкурентними перевагами вирощування нуту є, передусім, вдале поєднання посухостійкості цієї рослини за умов кліматичних змін та невибагливості до технології, а з економічної точки зору висока реалізаційна ціна при порівняно невисоких, як для зернобобових культур, виробничих витратах на 1 га.

Підвищення економічної ефективності виробництва зернових культур – це, з одної сторони, максимально можливе збільшення виробництва продукції,

а з іншої – систематична боротьба за економію виробничих ресурсів. Чим більшу кількість підприємство вироблятиме продукції і менше витратить виробничих ресурсів на її виробництво, тим ефективніше буде саме виробництво і як наслідок, більша сума прибутку в господарстві [3].

Факторний аналіз прибутку зернових та зернобобових культур свідчить, що на зміну маси прибутку озимої пшениці найбільший вплив мають собівартість продукції та ціна реалізації. Так, на зменшення прибутку від реалізації озимої пшениці вплинули такі фактори: зростання ціни реалізації мало позитивний вплив, прибуток збільшився на – 204 тис. грн, а зменшення обсягу реалізації та підвищення собівартості продукції – негативний, прибуток зменшився на – 42 тис. грн, та на 436 грн відповідно (табл.2).

Факторний аналіз прибутку кукурудзи свідчить, що на зміну маси прибутку найбільший вплив мають ціна реалізації та собівартість продукції. Так, на збільшення прибутку від реалізації кукурудзи вплинули такі фактори: зростання ціни реалізації мало позитивний вплив, прибуток збільшився на – 2809 тис. грн, внаслідок збільшення обсягу реалізації прибуток зріс на – 68 тис. грн, а підвищення собівартості продукції – негативний, прибуток зменшився на – 528 тис. грн, та на 436 грн відповідно.

Факторний аналіз прибутку нуту свідчить, що на зміну його маси найбільший вплив мають також ціна реалізації та собівартість продукції. Так, на збільшення прибутку від реалізації нуту вплинули такі фактори: зростання ціни реалізації мало позитивний вплив, прибуток збільшився на – 1572 тис. грн, внаслідок збільшення обсягу реалізації прибуток зріс на – 55 тис. грн, а підвищення

**Таблиця 1. Ефективність виробництва зернових та зернобобових культур**

Культура	Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2021 р. у % до 2019 р.
Зернові усього	повна собівартість	421,0	491,5	521,8	124,0
	ціна реалізації	379,9	536,8	755,5	198,9
	рентабельність	-9,7	9,2	44,8	-
пшениця озима	повна собівартість	249,97	483,57	562,27	224,9
	ціна реалізації	390,52	467,47	536,98	137,5
	рентабельність	56,2	-3,3	-4,5	-
кукурудза	повна собівартість	384,58	444,45	440,24	114,5
	ціна реалізації	341,68	406,96	637,85	186,7
	рентабельність	-11,2	-8,4	44,9	-
нут	повна собівартість	587,50	698,45	944,91	160,8
	ціна реалізації	666,67	1356,31	1593,92	239,1
	рентабельність	13,5	94,2	68,7	-

**Таблиця 2. Факторний аналіз прибутку зернових та зернобобових культур**

Показник	2019	2021	Відхилення (+,-)	2019	2021	Відхилення (+,-)	2019	2021	Відхилення (+,-)
	пшениця озима			кукурудза			нут		
Реалізовано, ц	1692	1396	-296	11084	9486	-1598	1000	1695	695
Прибуток, тис. грн	238	-35	-273	-475	1874	2350	79	1100	1021
Повна собівартість 1 ц, грн	249,97	562,27	312,30	384,58	440,24	55,67	587,50	944,91	357,41
Ціна реалізації 1 ц, грн	390,52	536,98	146,45	341,68	637,85	296,17	666,67	1593,92	927,26
Прибуток 1 ц, грн	140,56	-25,29		-42,90	197,60	240,50	79,17	649,01	569,85
Зміна маси прибутку тис. грн	-273			2350			1021		
у т.ч. за рахунок:									
обсягу реалізації	-42			69			55		
собівартості	-436			-528			-606		
ціни реалізації	204			2809			1572		

**Таблиця 3. Альтернатива заміни зернових та зернобобових культур нішевими**

	2019р.			2021р.		
	пшениця озима	кукурудза	нут	пшениця озима	кукурудза	нут
Урожайність, ц/га	46,5	50,6	13,9	22,3	37,7	20,2
Ціна реалізації 1 ц, грн	390,5	341,7	666,7	537,0	637,8	1593,9
Повна собівартість 1 ц, грн	250,0	384,6	587,5	562,3	440,2	944,9
Прибуток на 1 га посіву	6539	-2171	1101	-564	7449	13104
Рівень рентабельності, %	56,2	-11,2	13,5	-4,5	44,9	68,7
Цінова конкурентоспроможність, %	36,0	-12,6	11,9	-4,7	31,0	40,7

ня собівартості продукції – негативний, прибуток зменшився на – 606 тис. грн.

Впродовж останніх декілька років в агробізнесі простежується тренд, коли на зміну маржинальній прибутковості від вирощування традиційних олійних культур приходить її нішева альтернатива. Зазначимо, що сьогодні ніхто з аграріїв не має наміру відмовлятися від вирощування соняшнику чи ріпаку. Поряд з цим, ті сільськогосподарські виробники, які мають стратегічне мислення, добре усвідомлюють всі переваги від вирощування нішевих сільськогосподарських культур, а особливо нових, маловідомих [4,5].

Отже, здійснивши аналіз господарської діяльності підприємства і проаналізувавши детально динаміку економічної ефективності виробництва зернових культур ми пропонуємо даному підприємству як альтернативу замінити частину площі під озиму пшеницю, яка є збитковою для даного підприємства посівами нуту. Вважаємо, що дана культура принесе вагомий прибуток даному господарству (табл.3).

Економічна ефективність виробництва нуту за розрахунковим прогнозом визначалася як ціно-

вою ситуацією на ринку, так і рівнем отриманої урожайності.

Тому нут за будь-яких отриманих виробничих і економічних показників забезпечуватиме аграріям прибуток, а за умов дотримання технології та вкладання необхідних коштів в якісне насіння, добрива та засоби захисту цілком забезпечуватиме дохід, вищий ніж при вирощуванні традиційних зернових культур. Також нут має гарантований ринок збуту, оскільки за останні роки суттєво зріс його експорт [6].

**Висновки**

Підсумовуючи можна упевнено стверджувати, що нут є однією із перспективних сільськогосподарських культур як для великих, так і середніх та малих аграрних підприємств, особливо в умовах кліматичних змін та волативності цінової кон'юнктури світового і внутрішнього продовольчого ринку.

Пошук нових шляхів отримання високого прибутку за рахунок введення в сівозміну нових культур – важливе завдання сільського господарства. Завдяки цьому господарство може

одержувати низьку собівартість зерна й високу врожайність, що дозволяє швидко окупити витрати на її обробіток. Нут – культура, яка за правильної агротехніки здатна в посушливих умовах давати високі врожаї, а як наслідок і великі прибутки господарству.

Україна має досить великий потенціал для швидкого розвитку промислового виробництва нуту. Для цього є об'єктивні умови: родючі землі; добре адаптовані до зональних умов сорти; налагоджена система виробництва якісного насіння; наявність досвіду у вирощуванні високих врожаїв нуту. Технологія вирощування нуту здатна вирішувати завдання забезпечення оптимальних умов для росту і розвитку рослин, формування продукції потрібної якості і максимально бути адаптована до генетичних особливостей сорту та ґрунтово-кліматичних умов регіону.

#### Список використаних джерел

1. Горох, квасоля та нут. Що будуть сіяти фермери у 2021? URL: <https://agravery.com/uk/posts/author/show?slug=goroh-kvasola-ta-nut-so-budut-siati-fermeri-u-2021>
2. Юрій Кернасюк. Перспективний нут: Технологія вирощування нуту в Україні. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/10611-perspektyvnyi-nut.html>
3. Юрій Кернасюк. Посухостійкий та невибагливий нут забезпечить прибуток. URL: <https://www.growthow.in.ua/posuhostijkyj-ta-nevybaglyvyj-nut-zabezpechyt-prybutok/>
4. Рентабельність вирощування нуту складає понад 50%. URL: <https://kurkul.com/news/19106-rentabelnist-viroschuvannya-nutu-skladaye-ponad-50>
5. Глобальний ринок бобових культур: курс на відновлення. URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/opinion/1520690>
6. Abate, T. M., Abebe, B. D., & Taye, M. M. (2019). Technical efficiency of smallholder farmers in red pepper production in North Gondar Zone Amhara Regional State. Ethiopia. *Journal of Economic Structures*, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.1007/s12571-015-0488-z>
7. Belete, A. S. (2020). Analysis of technical efficiency in maize production in Guji Zone: Stochastic frontier model. *Agriculture & Food Security*, 9, 15. <https://doi.org/10.1186/s40066-020-00270-w>
8. Українські виробники збільшують обсяги виробництва нуту. URL: <https://isgkr.com.ua/index.php/>

[features/novyny/aktualni-novyny/394-ukrainski-vyrobnyky-zbilshuiut-obsyahy-vyrobnytstva-nutu](https://isgkr.com.ua/index.php/features/novyny/aktualni-novyny/394-ukrainski-vyrobnyky-zbilshuiut-obsyahy-vyrobnytstva-nutu)

9. Січкач В.І. Ефективність індивідуального добору за азотфіксувальною здатністю поляцій ранніх поколінь зернобобових культур. Методичні рекомендації. Одеса, СГІ – НЦНС, 2014.

10. О. І. Лебединська, Конкурентоспроможність національного товаровиробника нуту на світових ринках. *Ефективна економіка*. № 12, 2017.С.

#### References

1. Horokh, kvasolya ta nut. Shcho budut' siyaty fermery u 2021? URL: <https://agravery.com/uk/posts/author/show?slug=goroh-kvasola-ta-nut-so-budut-siati-fermeri-u-2021>
2. Yuriy Kernasyuk. Perspektyvnyy nut: Tekhnolohiya vyroshchuvannya nutu v Ukrayini. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekonomichni-hektar/item/10611-perspektyvnyi-nut.html>
3. Yuriy Kernasyuk. Posukhostiykyy ta nevybahlyvyy nut zabezpechyt' prybutok. URL: <https://www.growthow.in.ua/posuhostijkyj-ta-nevybaglyvyj-nut-zabezpechyt-prybutok/>
4. Rentabel'nist' vyroshchuvannya nutu skladaye ponad 50%. URL: <https://kurkul.com/news/19106-rentabelnist-viroschuvannya-nutu-skladaye-ponad-50>
5. Hlobal'nyy rynek bobovykh kul'tur: kurs na vidnovlennya. URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/opinion/1520690>
6. Abate, T. M., Abebe, B. D., & Taye, M. M. (2019). Technical efficiency of smallholder farmers in red pepper production in North Gondar Zone Amhara Regional State. Ethiopia. *Journal of Economic Structures*, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.1007/s12571-015-0488-z>
7. Belete, A. S. (2020). Analysis of technical efficiency in maize production in Guji Zone: Stochastic frontier model. *Agriculture & Food Security*, 9, 15. <https://doi.org/10.1186/s40066-020-00270-w>
8. Ukrayins'ki vyrobnyky zbil'shuyut' obsyahy vyrobnytstva nutu. URL: <https://isgkr.com.ua/index.php/features/novyny/aktualni-novyny/394-ukrainski-vyrobnyky-zbilshuiut-obsyahy-vyrobnytstva-nutu>
9. Sichkar V.I. Efektyvnist' indyvidual'noho doboru za azotfiksuval'noyu zdatnistyu polyatsiy rannikh pokolin' zernobobovykh kul'tur. *Metodychni rekomendatsiyi*. Odessa, SHI – NTsNS, 2014.
10. O. I. Lebedyns'ka, Konkurentospromozhnist' natsional'noho tovarovyrobnyka nutu na svitovykh rynkakh. *Efektyvna ekonomika*. № 12, 2017.С.



**Дані про автора**

**Степасюк Людмила Михайлівна,**

к. е. н., доцент кафедри економіки, Національний університет біоресурсів і природокористування України

e-mail: ludastepasuk@gmail.com

**Data about the author**

**Lyudmila Stepasjuk,**

PhD of economics, associate professor of the department of economics, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine

e-mail: ludastepasuk@gmail.com

УДК 336.7

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8141957>

АНТКІВ В. В.

## **Ресурсне забезпечення банківського кредитування нефінансових корпорацій в умовах економічної нестабільності**

**Предмет дослідження** є сукупність відносин між банками та їх клієнтами з приводу залучення депозитних коштів та кредитування нефінансових корпорацій

**Метою написання статті** є визначення проблем ресурсного забезпечення банківського кредитування нефінансових корпорацій України та розробка рекомендацій щодо активізації кредитування реального сектору в умовах економічної нестабільності.

**Методологія проведення роботи.** В роботі використано загальнонаукові методи пізнання, зокрема для дослідження динаміки кредитів та депозитів використано графічний метод та метод порівняння; методи аналізу і синтезу для дослідження особливостей формування ресурсного забезпечення кредитування нефінансових корпорацій; методи узагальнення для формулювання рекомендацій щодо збільшення ресурсного забезпечення кредитування нефінансових корпорацій.

**Результати роботи.** Обґрунтовано низький рівень ресурсного забезпечення кредитування нефінансових корпорацій в Україні; доведено, що низький рівень довіри до банків в Україні призводить до зростання частки короткострокових депозитів, що призводить до зменшення можливостей банків для кредитування.

**Висновки.** Суттєве погіршення ресурсного забезпечення банківського кредитування нефінансових корпорацій внаслідок негативного впливу кризових явищ, спровокованих війною з Російською Федерацією на структуру депозитної бази банків. Доведено низький рівень ефективності механізму довгострокового рефінансування банків, адже кредити рефінансування виконуючи роль залучених банківських ресурсів відповідно до нормативно-правових актів використовуються виключно для підтримки банківської ліквідності, а не для активізації кредитування реального сектору економіки. окреслені тенденції зумовлюють необхідність перегляду процентної політики за кредитами рефінансування та цільового призначення таких кредитів, які доцільно спрямувати на фінансування конкретних проектів розвитку економіки і її інфраструктури.

**Ключові слова:** ресурсне забезпечення, депозити, депозитна база, рефінансування, кредитування нефінансових корпорацій.

АНТКІВ В. В.

## **Resource security of bank lending of non-financial corporations in conditions of economic instability**

**The subject of the study** is the set of relationships between banks and their clients regarding the attraction of deposit funds and lending to non-financial corporations

**The purpose of writing the article** is to determine the problems of resource provision of bank lending to non-financial corporations of Ukraine and to develop recommendations for the activation of lending to the real sector in conditions of economic instability.

**Work methodology.** In the work, general scientific methods of cognition were used, in particular,

*the graphic method and the comparison method were used to study the dynamics of loans and deposits; methods of analysis and synthesis for researching the peculiarities of the formation of resource support for lending to non-financial corporations; generalization methods for formulating recommendations for increasing the resource provision of lending to non-financial corporations.*

**Work results.** *The low level of resource support for lending to non-financial corporations in Ukraine is substantiated; it is proven that the low level of trust in banks in Ukraine leads to an increase in the share of short-term deposits, which leads to a decrease in the banks' ability to lend.*

**Conclusions.** *Significant deterioration of the resource provision of bank lending to non-financial corporations as a result of the negative impact of the crisis phenomena provoked by the war with the Russian Federation on the structure of the deposit base of banks. The low level of effectiveness of the mechanism of long-term refinancing of banks has been proven, because refinancing loans, acting as bank resources involved in accordance with regulations, are used exclusively to support bank liquidity, and not to activate lending to the real sector of the economy. The outlined trends make it necessary to revise the interest rate policy for refinancing loans and target the purpose of such loans, which should be directed to the financing of specific projects for the development of the economy and its infrastructure.*

**Keywords:** *resource provision, deposits, deposit base, refinancing, lending to non-financial corporations.*

**Постановка проблеми.** Розвиток банківської системи України впродовж останніх десяти років відбувається під впливом двох економічних криз, які спровоковані війною з Російською Федерацією та під впливом пандемії коронавірусу, які в сукупності мали низку негативних ефектів на банківський бізнес, що в кінцевому підсумку призвело до зниження рівня кредитної активності банків та до зменшення строковості депозитної бази банків. Під впливом кризи та внаслідок певних поражень у сфері грошово-кредитної політики банківська система України фактично трансформувалася в депозитно-клірингову систему, яка практично не забезпечує економічне зростання за рахунок кредитних коштів, а здійснює здебільшого посередництво в платежах.

Зниження кредитної підтримки нефінансових корпорацій під час кризи та після неї є об'єктивними процесами, які пов'язані із зниженням рівня довіри до банківських установ з боку населення та бізнесу, що впливає на динаміку депозитів і структуру депозитної бази. Разом з тим, в таких умовах не потрібно забувати про позичені банківські ресурси, якими можуть бути кредити міжбанківського ринку та кредити рефінансування. Саме рефінансування в період кризи в розвинутих країнах світу виконує роль активатора банківського кредитування та драйвера економічного зростання.

З огляду на функціонування банківської системи в умовах воєнного стану питання ресурсного забезпечення кредитування нефінансових корпорацій є надзвичайно актуальним, адже стимулювання розширеного відтворення, розвиток

релокованих підприємств та формування підґрунтя для поствоєнного відновлення економіки вимагає розширення можливостей для банків щодо ефективного перерозподілу фінансових ресурсів в економіці України.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Вивчення проблематики кредитування нефінансових корпорацій та ресурсного забезпечення банків в контексті кредитної підтримки економічного розвитку присвятили свої праці низка вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких варто відмітити Альфонсо А., Соуза-Лейте Дж. [1]; Бержанір І. А. [2]; Болдін М.Я. [3]; Бортніков Г.П., Бортніков Г.О. [4]; Макаров О. [5]; Москвічова О.С. [6]; Продан М.В. [7]; Шуго Т., Вергот О. [8]. Разом з тим додаткового дослідження потребують питання ресурсного забезпечення банківського кредитування економіки в умовах воєнного стану та перспективи поствоєнного відновлення економічного зростання.

**Метою статті** є визначення проблем ресурсного забезпечення банківського кредитування нефінансових корпорацій України та розробка рекомендацій щодо активізації кредитування реального сектору в умовах економічної нестабільності.

**Виклад основного матеріалу.** Банківська система України донедавна вважалася основним драйвером економічного зростання, адже кредитування нефінансових корпорацій було одним із основних ресурсів підприємств, яке спрямовувалося в капітальні інвестиції, розширення виробництва та поповнення оборотних коштів. Одним із основних ресурсів для кредитної

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

підтримки нефінансових корпорацій були банківські депозити, які в переважній більшості вітчизняної фахової економічної літератури вважаються фундаментом розвитку кредитування національної економіки. Однак, зважаючи на те, що після світової фінансово-економічної кризи 2008–2009 років наступила, так звана «нова ера» [9] монетарної політики, при якій цільове рефінансування центральних банків стало одним із головних ресурсів для активізації кредитування нефінансових корпорацій. Таким чином окрім забезпечення банків депозитними ресурсами, варто приділити увагу саме в цьому контексті варто розглядати проблематику ресурсного забезпечення банківського кредитування нефінансових корпорацій в Україні.

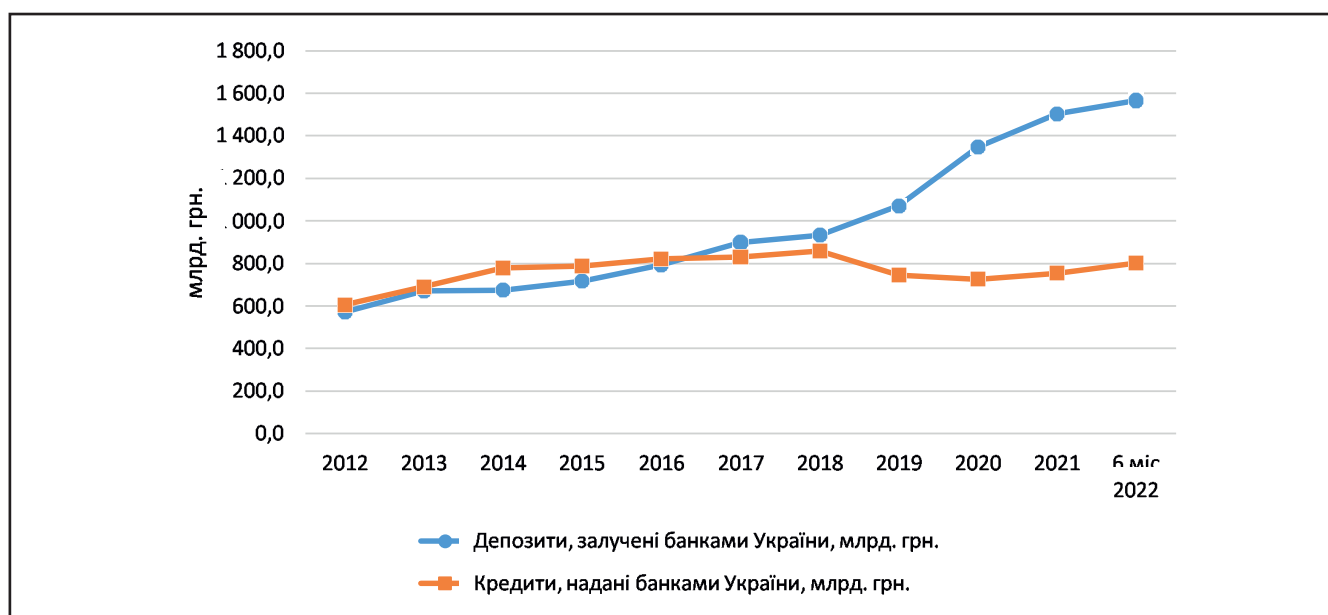
Що ж стосується депозитних ресурсів, які в теорії банківської справи називаються залученими ресурсами, то на перший погляд їх динаміка є позитивною (рис. 1), що може створювати деяко хибне уявлення про депозитне забезпечення кредитування нефінансових корпорацій в Україні.

Як свідчать дані рисунку 1, обсяг депозитів, залучених банками України починаючи з 2017 року перевищив обсяг наданих кредитів нефінансовим корпораціям, що дійсно підтверджує тези наведені в праці [7, с. 78–79] про те, що ресурсне забезпечення банків перебуває на високому рівні. Однак, на наш погляд, з метою отримання об'єктивного уявлення про депозитне

забезпечення кредитування нефінансових корпорацій необхідно проаналізувати структуру депозитної бази банків України (табл. 1).

Як свідчать дані таблиці 1 структура депозитної бази банків України почала погіршуватися з 2014 року, коли частка депозитів «на вимогу» у депозитному портфелі банків збільшилася на 6,4% порівняно з 2013 роком. Після цього частка депозитів «на вимогу» зростала щороку і досягла 73,2% у другому півріччі 2022 року порівняно з 30,7% у 2013 році. Тобто частка короткострокових депозитів, які клієнти можуть вилучати будь-коли зростає більш ніж вдвічі. Більше того, частка депозитів строком до одного року станом на кінець першого півріччя 2022 року складає 18,1%, а відтак короткострокова депозитна база банків України в сукупності (враховуючи з депозити «на вимогу» та «до одного року») складає 91,3%, що, не зважаючи на великий обсяг залучених депозитів (1567 млрд. грн. станом на перше півріччя 2022 року), знижує можливості банків щодо надання довгострокових кредитів нефінансовим корпораціям. Таким чином, саме якість депозитної бази банків є тим фактором, який впливає на динаміку кредитування нефінансових корпорацій в Україні.

Одними із причин погіршення якості депозитної бази банків України є зниження рівня довіри як до самих банків, так і до Національного банку, як регулятора банківського сектора. Визначення рівня довіри до банків та Національного банку в



**Рисунок 1. Динаміка депозитів залучених банками України та кредитів, наданих нефінансовим корпораціям у 2012 – першому півріччі 2022 років**

\* Побудовано автором за даними НБУ [10] [11]

**Таблиця 1. Структура депозитної бази банків України у 2012–першому півріччі 2022 року, %**

	на вимогу	до 1 року	від 1 року до 2 років	більше 2 років
2012	32,4	32,8	28,6	6,2
2013	30,7	28,2	37,2	3,9
2014	37,1	31,2	27,6	4,1
2015	42,6	37,9	16,8	2,8
2016	45,9	34,3	18,7	1,1
2017	46,6	32,6	16,9	3,9
2018	48,9	34,5	13,5	3,1
2019	55,1	32,5	10,1	2,3
2020	59,8	29,4	9,6	1,2
2021	67,0	23,3	8,6	1,2
6 міс 2022	73,2	18,1	7,7	1,0

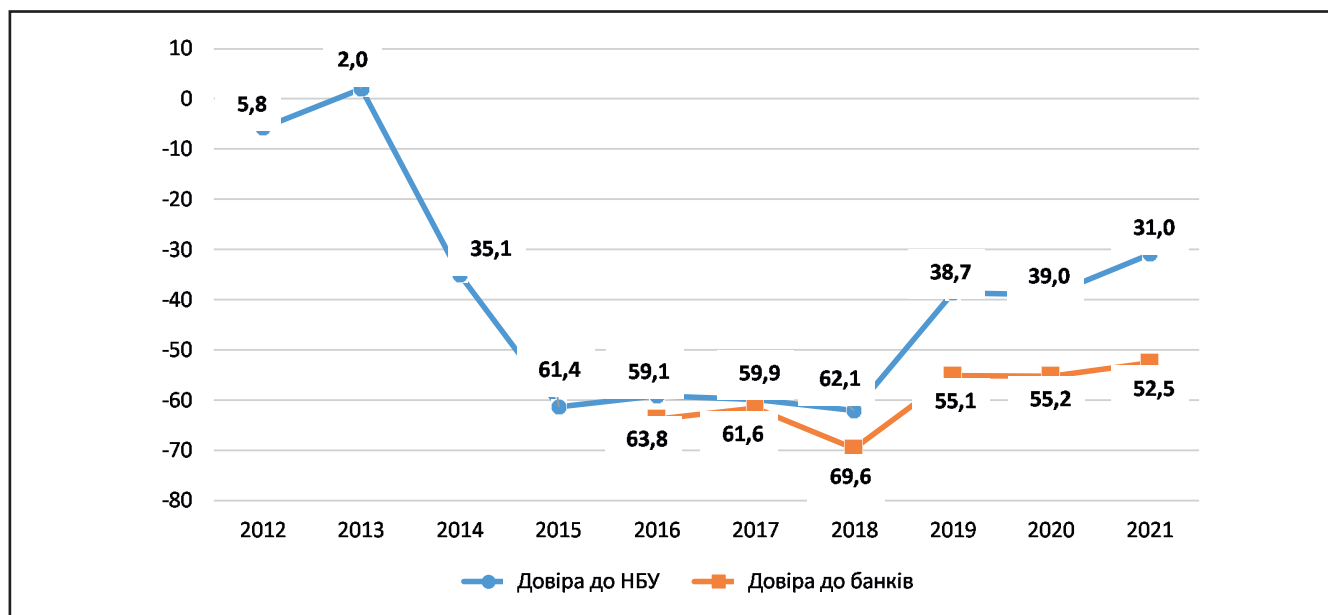
\*Розраховано автором за даними НБУ [10]

Україні відбувається шляхом соціологічного опитування населення, які проводяться різними соціологічними службами, інститутами та компаніями. Регулярність таких досліджень демонструє Український центр економічних та політичних досліджень ім. Разумкова, результати яких відобразимо на рисунку 2.

Як свідчать дані рисунку 2 рівень довіри населення до Національного банку України суттєво знизився у 2014 році, що безумовно пов'язано із якістю монетарної політики, прорахунки в якій призвели до надмірної девальвації курсу гривні, зростання інфляції, банкрутства банків, що в цілому призвело до суттєвого зниження рівня життя населення. Негативні ділові очікування, які появились в суспільстві внаслідок економічної

кризи призвели до зниження довіри до вітчизняних банків. Все це, на наш погляд, призвело не лише до дострокового вилучення коштів з банку, але й до зростання частки депозитів «на вимогу» в структурі депозитного портфеля банків.

Не менш важливим фактором негативного впливу на структуру депозитної бази банків є зниження рівня життя та доходів населення. Так, ВВП на душу населення України станом на кінець 2013 року становив 4030 дол. США, тоді як у 2015 році лише 2125 дол. США, при цьому, варто відмітити, що докризового рівня вдалося досягти лише за підсумками 2021 року, коли даний показник досягнув рівня в 4834 дол. США [13]. Однак, вже в 2022 році внаслідок повномасштабної агресії Російської Федерації проти



**Рисунок 2. Динаміка балансу довіри населення до Національного банку України та банків у 2012–2021 роках**

\*Побудовано автором за даними [12]

України, показник ВВП на душу населення може погіршитися на 35–40%.

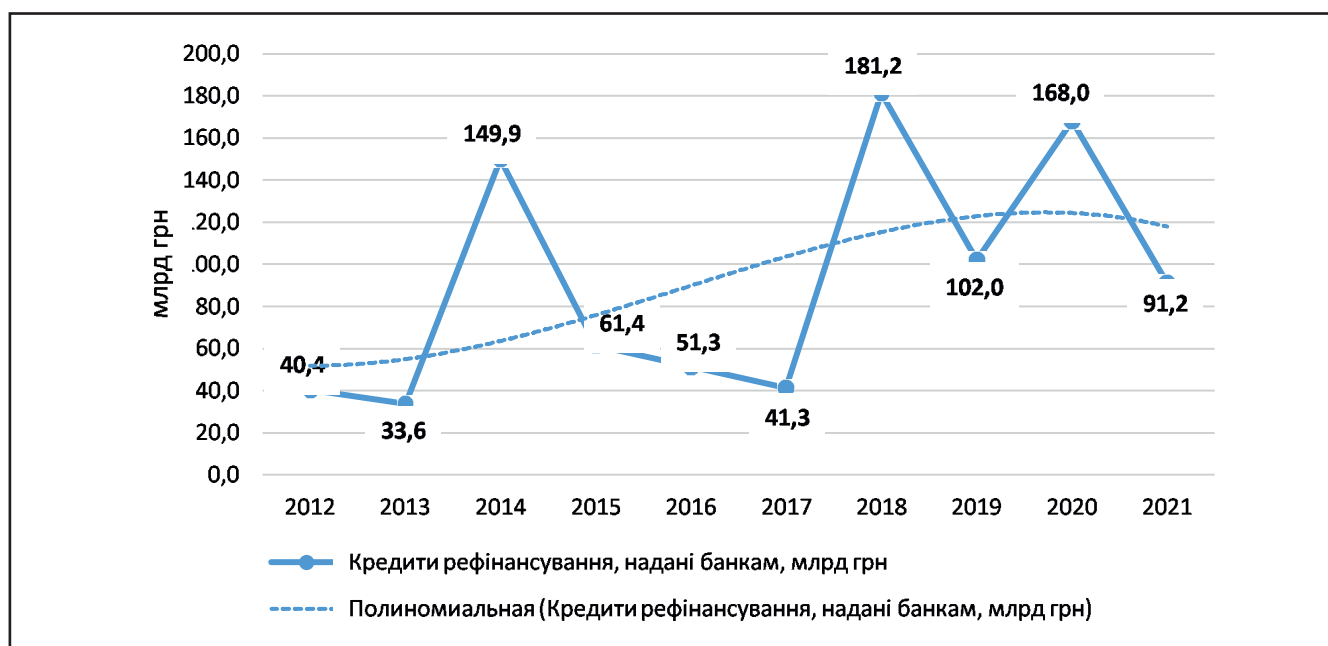
Щодо реальної заробітної плати, то її рівень також суттєво знизився у 2014–2016 роках. Так, станом на кінець 2013 року середньомісячна заробітна плата в Україні, номінована в доларах США, становила 393,8 дол США, тоді як у 2015 році її рівень знизився до 173,4 дол США. До воєнного рівня середньомісячна заробітна плата досягнула у 2019 році – 430,5 дол США [14]. Однак, на наш погляд, за період кризи в населення України вже склалися ментальні установки щодо недовіри до банків та Національного банку, що не сприяло зростанню строкowości депозитної бази банків. Більше того, розвиток безготівкових розрахунків в Україні в період пандемії коронавірусу (станом на кінець 2021 року обсяг безготівкових розрахунків зріс порівняно з 2019 роком на 42,3%, з 3576 млрд грн до 5092 млрд грн) може вважатися одним із факторів збільшення частки депозитів на вимогу, адже населення залишає грошові кошти (здебільшого отримані як заробітну плату) на зарплатних рахунках саме з метою здійснення безготівкових розрахунків як через POS-термінали, так і через мережу Інтернет для придбання товарів і послуг на різних маркетплейсах.

Таким чином, підсумовуючи викладене вище, можемо зробити висновок про високий рівень короткостроковості депозитної бази вітчизняних

банків, що суттєво знижує їх можливості для довгострокового кредитування нефінансових корпорацій. Зважаючи на воєнний стан в країні та поступове зниження рівня життя населення, зростання безробіття, негативні ділові очікування тенденції до зростання короткостроковості депозитної бази банків не лише продовжаться, але й можуть відображати відтік депозитних коштів з банків для виконання населенням поточних зобов'язань щодо оплати комунальних послуг, лікування та здійснення своєї повсякденної діяльності.

Високий рівень короткостроковості депозитної бази банків та висока ймовірність зниження темпів приросту залучення депозитів населення внаслідок воєнного стану, свідчить про те, що активізація кредитування нефінансових корпорацій є можливою лише за умови використання позичених ресурсів у вигляді кредитів рефінансування.

Однак, аналізуючи політику Національного банку України щодо рефінансування банків, варто зауважити, що з 2014 року до 2020 року включно вона ґрунтувалася виключно на механізмі підтримки миттєвої та поточної ліквідності банків, адже обсяг кредитів рефінансування суттєво збільшувався лише під час пікових навантажень на баланси банків в період кризи. Так, перший пік рефінансування спостерігається у 2014 році, коли розпочалася економічна криза (було видано кредитів рефінансування на суму 149,0 млрд грн), другий пік можна пов'язати із заго-



**Рисунки 3. Динаміка кредитів рефінансування, наданих банкам України у 2012–2021 роках**

\* Побудовано автором за даними НБУ [15]

стренням політико–економічної ситуації перед виборами Президента 2019 року, (у 2018 році було видано 181,2 млрд грн кредитів рефінансування), а третій пік припадає на загострення економічної кризи пов'язаної із наслідками пандемії коронавірусу 2020 року (видано 168 млрд грн кредитів рефінансування) (рис. 3).

Дані рисунку 3 свідчать про те, що Національний банк України не має стратегії щодо використання кредитів рефінансування у якості кредитних ресурсів банків, адже у 2015–2016 роках, коли банки потребували додаткових коштів для здійснення кредитування нефінансових корпорацій обсяги кредитів рефінансування знизилися майже втричі. Такі тенденції свідчать про застосування вузького підходу до використання кредитів рефінансування лише для підтримки миттєвої та поточної ліквідності банків.

Підтвердженням наших тез може слугувати структура кредитів рефінансування наданих банкам у 2012–2021 роках (рис. 2).

Як свідчать дані таблиці 2, Національний банк України в період кризи 2014–2016 років та після її завершення здебільшого використовував кредити рефінансування овернайт та кредити рефінансування терміном до 90 днів. Кредити рефінансування терміном до 180 днів було використано лише у 2014 році (5,6% від загального обсягу) та до 360 днів у 2012–2014 роках (16,6%; 22,8%; 4,9% відповідно). Довгострокові кредити рефінансування строком більшим за 360 днів Національний банк України почав використовувати у 2020 році, коли обсяг кредитів ре-

фінансування строком на 5 років складав 24,8% або 41,6 млрд грн, а у 2021 році – 43,3 млрд грн або 47,5% відповідно.

Запровадження механізму довгострокового рефінансування затверджено Постановами Правління Національного банку №29 від 17 березня 2020 року «Про внесення змін до Положення про процентну політику Національного банку України» [16] та №30 від 17 березня 2020 року «Про затвердження Змін до Положення про застосування Національним банком України стандартних інструментів регулювання ліквідності банківської системи» [17], відповідно до яких Національний банк України має право надавати банкам кредити рефінансування строком понад 14 днів, однак, при цьому, в згаданих вище постановках йдеться, що такі кредити надаються для підтримання ліквідності, а не для розвитку кредитування нефінансових корпорацій. Більше того, процентна ставка за кредитами рефінансування понад 14 днів та довгостроковими кредитами рефінансування, що встановлюється під час проведення процентного тендера з підтримання ліквідності банків, визначається на рівні, який не може бути нижче ніж облікова ставка плюс стала величина. Тобто в умовах кризи такий інструмент не буде дієвим, адже висока відсоткова ставка буде виступати у ролі дестимулюючого фактору як для банків, так і для нефінансових корпорацій.

На наш погляд, не зважаючи на те, що в 2020–2021 роках Національний банк України вперше в історії монетарної політики видав довгострокові кредити рефінансування строком на більш, ніж

**Таблиця 2. Структура рефінансування банків Національним банком України у розрізі строків погашення у 2012–2022 роках**

	Кредити рефінансування овернайт, %	Кредити рефінансування до 90 днів, %	Кредити рефінансування до 180 днів, %	Кредити рефінансування до 360 днів, %	Кредити рефінансування більше одного року, %
2012	70,7	12,7	0,0	16,6	0,0
2013	58,9	18,3	0,0	22,8	0,0
2014	63,5	26,0	5,6	4,9	0,0
2015	80,2	19,8	0,0	0,0	0,0
2016	35,9	64,1	0,0	0,0	0,0
2017	55,6	44,4	0,0	0,0	0,0
2018	79,8	20,2	0,0	0,0	0,0
2019	38,5	61,5	0,0	0,0	0,0
2020	26,3	48,9	0,0	0,0	24,8
2021	19,4	33,1	0,0	0,0	47,5

\*Розраховано автором за даними НБУ [15]

1200 днів, такий механізм рефінансування потребує суттєвого удосконалення, а його обсяги розширення. Що ж стосується обсягів довгострокового рефінансування, то вони склали лише 5,2–5,3% від загального кредитного портфеля банків для нефінансових корпорацій, що, з точки зору необхідності збільшення кредитування нефінансових корпорацій є досить незначним стимулом, який не мав і не матиме суттєвого ефекту на розвиток реального сектору. Окрім цього, довгострокові кредити рефінансування Національного банку України строком понад 1200 днів спрямовані на підтримку ліквідності, що на наш погляд, обмежує використання банками таких коштів для кредитування нефінансових корпорацій. Також обмежувальним фактором щодо використання механізму довгострокового рефінансування є стандартний підхід до процентної політики, де процентна ставка визначається обліковою ставкою, а не реальною потребою щодо розвитку тієї чи іншої галузі промисловості України.

Таким чином, враховуючи гостру необхідність відновлення економіки України та економічної інфраструктури після руйнувань та збитків, які спричинені війною з Російською Федерацією, механізм довгострокового рефінансування повинен стати одним із інструментів створення довгострокових позичених ресурсів для банків, які через всі стадії кредитування будуть спрямовуватися на цільовий розвиток нефінансових корпорацій. При цьому, зміни потребує й процентна політика, адже надання довгострокових кредитів рефінансування під 27% річних є неприпустимим в період воєнного стану. На наш погляд, відсоткова ставка за такими кредитами повинна лише покривати витрати Національного банку України та банків на обслуговування таких кредитів. Важливим також є забезпечення цільового характеру надання таких довгострокових кредитів рефінансування, серед важливих цілей варто відмітити: кредитування будівництва або відновлення заводів і фабрик, відбудова інфраструктурних об'єктів або будівництво нових сучасних інфраструктурних комплексів, фінансування розвитку переробного аграрного сектор, фінансування переробної промисловості в цілому, фінансування малого і середнього бізнесу. Вивчення попиту на дешеві довгострокові кредити повинні займатися банки, на основі чого вони повинні формувати заявки для Національного

банку України щодо отримання кредиту рефінансування для кредитування конкретного проекту.

Такий підхід Національного банку України до рефінансування банків та регулювання розвитку економіки буде значно ефективнішим, ніж здійснення прямої емісії для фінансування дефіциту державного бюджету України.

Поряд з удосконаленням механізму рефінансування Національним банком України банків, регулятора разом із державними банками, капітал яких станом на друге півріччя 2022 року складає 46% від загального капіталу банківської системи, доцільно розробити накопичувальні депозитні програми для накопичення першого внеску на іпотеку, відкриття бізнесу, будівництва житла тощо. Такі програми, на наш погляд дозволять поступово збільшити частку банківських депозитів строком більше, ніж на два роки, що дозволить створити достатню ресурсну базу для розвитку кредитування нефінансових корпорацій.

Одним із важливих заходів Національного банку України щодо збільшення строків депозитної бази банком є підвищення ефективності політики управління очікуваннями, яка вимагає розвитку високого рівня комунікації регулятора з населенням та бізнесом, а також реалізації передбачуваної монетарної політики зокрема в частині дотримання валютної стабільності. Зважаючи на високий рівень доларизації депозитів (33%) та високий рівень тіньової економіки (близько 35–40%) під час кризових явищ, іноземна валюта відіграє роль так званої «тихої гавані» виступаючи одним із основних інструментів збереження вартості заощаджень економічних агентів. Тому нестабільність в економіці призводить до збільшення попиту на іноземну валюту та до вилучення гривневих депозитів з метою їх конвертації в іноземну валюту здебільшого на тіньовому валютному ринку.

### Висновки

Таким чином, підсумовуючи вищенаведене, можемо зробити висновок про суттєве погіршення ресурсного забезпечення банківського кредитування нефінансових корпорацій внаслідок негативного впливу кризових явищ, спровокованих війною з Російською Федерацією на структуру депозитної бази банків. Спровокована недовіра до Національного банку України та банків призвела до зростання частки короткострокових депозитів банків, що позначилося на динаміці кредитування нефінансо-

вих корпорацій. Окрім цього, варто відміти низький рівень ефективності механізму довгострокового рефінансування банків, адже кредити рефінансування виконуючи роль залучених банківських ресурсів відповідно до нормативно-правових актів використовуються виключно для підтримки банківської ліквідності, а не для активізації кредитування реального сектору економіки. Відтак, окреслені тенденції зумовлюють необхідність перегляду процентної політики за кредитами рефінансування та цільового призначення таких кредитів, які доцільно спрямувати на фінансування конкретних проектів розвитку економіки і її інфраструктури.

Перспективними напрямками дослідження можуть стати питання кредитного потенціалу Національного банку України в контексті цільового рефінансування кредитування нефінансових корпорацій.

### Список використаних джерел

1. Afonso A., Sousa-Leite J. The transmission of unconventional monetary policy to bank credit supply: Evidence from the TLTRO. Manchester Sch. Blackwell Publishing Ltd, 2020. Vol 88, № S1. P 151–171.

2. Бержанір І.А. Банківське кредитування: сучасний стан та перспективи розвитку. Mod. Econ. Миколаївський національний аграрний університет, 2020. № 20. С. 26–30.

3. Болдін М.Я. Досвід провідних країн світу у підтримці банківських систем шляхом рефінансування (на прикладі США, Канади, Японії та КНР). Вісник Чернівецького факультету Національного університету «Одеська юридична академія». 2017. Вип. 2. С. 84–94.

4. Бортніков Г.П., Бортніков Г.О. Довгострокове рефінансування банків в умовах кризи. Держава та регіони. Серія Економіка та підприємництво. 2015. Вип. 6, № 87. С. 73–78.

5. Макаров О. Цільове рефінансування банків як інструмент розвитку економіки. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2021. Вип. 5. С. 108–127.

6. Москвічова О.С. Порівняльний аналіз моделей іпотечного рефінансування. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2020. Вип. 16, № 2. С. 271–278.

7. Продан М. В. Депозитні ресурси як основа успішної діяльності банків: теоретичний аспект, реалії і трансформації в Україні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23, № 2. С. 75–82.

8. Sugo T., Vergote O. Who takes the ECB's targeted funding? ECB Working Paper / ed European Central Bank (ECB). 2020. 49 p.

9. Posen Adam. The evolution of monetary policy: A new era for central banks? Outlook on the Global Agenda 2015. 2015. P 77–78. URL: <https://reports.weforum.org/outlook-global-agenda-2015/wp-content/blogs.dir/59/mp/files/pages/files/evolution-of-monetary-policy.pdf>.

10. Депозити, залучені депозитними корпораціями (крім Національного банку України). Офіційний сайт Національного банку України. 2022. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>.

11. Кредити, надані депозитними корпораціями (крім Національного банку України). Офіційний сайт Національного банку України. 2022. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>.

12. Соціологічні дослідження. Офіційний сайт Українського центру економічних та політичних досліджень ім. Разумкова. 2022. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia>.

13. Валовий внутрішній продукт у фактичних цінах. Офіційний сайт Державної служби статистики України. 2022. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

14. Середня заробітна плата в Україні в доларах США. Аналітичний портал Мінфін. 2022. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/usd/>.

15. Результати проведення операцій Національного банку України з регулювання ліквідності банків. Офіційний сайт Національного банку України. 2022. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>.

16. Про внесення змін до Положення про процентну політику Національного банку України. Постанова Правління Національного банку №29 від 17 березня 2020 року. 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0029500-20#Text>.

17. Про затвердження Змін до Положення про застосування Національним банком України стандартних інструментів регулювання ліквідності банківської системи. Постанова Правління Національного банку №30 від 17 березня 2020 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0091500-21>.

### References

1. Afonso A., Sousa-Leite J. The transmission of unconventional monetary policy to bank credit supply: Evidence from the TLTRO. Manchester Sch. Blackwell Publishing Ltd, 2020. Vol 88, № S1. P 151–171.

2. Berzhanir I.A. Bankivske kredyтування: suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku [Bank lending: current state and perspectives of development].



and development prospects]. *Mod. Econ. Mykolaivskiy nationalnyi ahrarniy universytet*, 2020. № 20. P. 26–30.

3. Boldin M.Ia. *Dosvid providnykh krain svitu u pidtrymtsi bankivskyykh system shliakhom refinansuvannia (na prykladi SShA, Kanady, Yaponii ta KNR) [The experience of the world's leading countries in supporting banking systems through refinancing (using the example of the USA, Canada, Japan, and the People's Republic of China)]. Visnyk Chernivetskoho fakultetu Natsionalnoho universytetu «Odeska yurydychna akademiia». 2017. Vol. 2. P. 84–94.*

4. Bortnikov H.P., Bortnikov H.O. *Dovhostrokovye refinansuvannia bankiv v umovakh kryzy [Long-term refinancing of banks in crisis conditions.] Derzhava ta rehiony. Seriiia Ekonomika ta pidpriemnytstvo. 2015. Vol. 6, № 87. P. 73–78.*

5. Makarov O. *Tsilove refinansuvannia bankiv yak instrument rozvytku ekonomiky. [Targeted refinancing of banks as a tool for economic development.] Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo. 2021. Vol. 5. P. 108–127.*

6. Moskvichova O.S. *Porivnialnyi analiz modelei ipotechnoho refinansuvannia [Comparative analysis of mortgage refinancing models.] Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu. 2020. Vol. 16, № 2. P. 271–278.*

7. Prodan M. V. *Depozytni resursy yak osnova uspishnoi diialnosti bankiv: teoretychnyi aspekt, realii i transformatsii v Ukraini [Deposit resources as the basis of the successful operation of banks: theoretical aspect, realities and transformations in Ukraine] Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo. 2019. Vol. 23, № 2. P. 75–82.*

8. Sugo T., Vergote O. *Who takes the ECB's targeted funding? ECB Workin / ed European Central Bank (ECB). 2020. 49 p.*

9. Posen Adam. *The evolution of monetary policy: A new era for central banks? Outlook on the Global Agenda 2015. 2015. P. 77–78. URL: <https://reports.weforum.org/outlook-global-agenda-2015/wp-content/blogs.dir/59/mp/files/pages/files/evolution-of-monetary-policy.pdf>.*

10. *Depozyty, zalucheni depozytnymy korporatsiiamy (krim Natsionalnoho banku Ukrainy) [Deposits raised by deposit corporations (except the National Bank of Ukraine)]. Ofitsiinyi sait Natsionalnoho banku Ukrainy. 2022. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>.*

11. *Kredyty, nadani depozytnymy korporatsiiamy (krim Natsionalnoho banku Ukrainy). [Loans grant-*

*ed by deposit corporations (except the National Bank of Ukraine)] Ofitsiinyi sait Natsionalnoho banku Ukrainy. 2022. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>.*

12. *Sotsiologichni doslidzhennia [Sociological research]. Ofitsiinyi sait Ukrainskoho tsentru ekonomichnykh ta politychnykh doslidzhen im. Razumkova. 2022. URL: <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia>.*

13. *Valovy vnurishnii produkt u faktychnykh tsinakh [Gross domestic product in actual prices.]. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. 2022. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.*

14. *Serednia zarobitna plata v Ukraini v dolarakh SShA [Average salary in Ukraine in US dollars]. Analitichnyi portal Minfin. 2022. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/usd/>.*

15. *Rezultaty provedennia operatsii Natsionalnoho banku Ukrainy z rehuliuвання likvidnosti bankiv [The results of operations of the National Bank of Ukraine to regulate bank liquidity]. Ofitsiinyi sait Natsionalnoho banku Ukrainy. 2022. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial>.*

16. *Pro vnesennia zmin do Polozhennia pro protsentnu polityku Natsionalnoho banku Ukrainy [On making changes to the Regulation on Interest Policy of the National Bank of Ukraine]. Postanova Pravlinnia Natsionalnoho banku №29 vid 17 bereznia 2020 roku. 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0029500-20#Text>.*

17. *Pro zatverdzhennia Zmin do Polozhennia pro zas-tosuvannia Natsionalnym bankom Ukrainy standartnykh instrumentiv rehuliuвання likvidnosti bankivskoi systemy [On the approval of the Amendments to the Regulation on the use by the National Bank of Ukraine of standard tools for regulating the liquidity of the banking system.]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0091500-21>.*

#### **Дані про авторів**

##### **Антків Володимир Васильович,**

аспірант, Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки  
e-mail: antkiv.v@gmail.com

#### **Data about the author**

##### **Volodymyr Antkiv,**

Postgraduate student, State Research Institute of Informatization and Modeling of Economics  
e-mail: antkiv.v@gmail.com

## Участь облікової і фінансової служб у процесі розробки і впровадження корпоративної інформаційної системи стратегічного управління підприємством

**Предметом дослідження** є участь облікової і фінансової служб у процесі розробки і впровадження корпоративної інформаційної системи (КІС) стратегічного управління підприємством.

**Метою дослідження** є скласти перелік завдань для активізації функцій обліково-фінансового підрозділу підприємства, з метою формування базових елементів корпоративної інформаційної системи управління.

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

**Результати роботи.** У статті визначена необхідність створювати та використовувати корпоративну інформаційну систему для вирішення завдань стратегічного управління підприємства в сучасних умовах ведення бізнесу. Окреслений перелік питань для вирішення у процесі підготовки до розробки і впровадження КІС. Визначена ключова роль облікової та фінансової служб у процесі впровадження ERP. Наведений перелік завдань обліковій і фінансовій службам підприємства, що ставляться при розробці КІС.

**Висновки.** При формуванні відповідного інформаційного забезпечення процесу стратегічного управління підприємством необхідно створити КІС, що відповідає б сучасним стандартам управління на платформі систем класу ERP. Визначено, що облікові та фінансові служби у процесі впровадження ERP повинні сформувати транзакційну систему обліку, для забезпечення фіксування інформації про будь-які зміни в діяльності підприємства. У цій системі повна інформація вводиться в ERP-систему однією службою і далі деталізується. Такий підхід дозволяє уникнути дублювання документів, підвищує оперативність документообігу. Оскільки саме облікова та фінансова служби підприємства володіють найкращими навиками роботи з базовою документацією, доведено їх визначальну роль в процесі постановки завдання на розробку і впровадження КІС. На практиці це дозволить вийти на централізацію потоків документів, інформації і процесу введення даних у систему. Для досягнення цього розроблено перелік завдань облікової і фінансової служб підприємства при розробці КІС.

**Ключові слова:** підприємство, стратегічне управління, корпоративна інформаційна система, інформація, інновації, облікова та фінансова служби, конкурентоспроможність, ефективність, ринок, ресурси.

YATSKO M. V.  
STROHUSH O. M.  
CHEHIL A. V.

## Participation of accounting and financial services in the process of development and implementation of the corporate information system of strategic enterprise management

**The subject of the study** is the participation of accounting and financial services in the process of developing and implementing a corporate information system (CIS) of strategic enterprise management.

**The purpose of the research** is to compile a list of tasks for activating the functions of the accounting and financial division of the enterprise, with the aim of forming the basic elements of the corporate information management system.

**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 need to create and use a corporate information system to solve the tasks of strategic management of the enterprise in modern business conditions. A list of issues to be resolved in the process of preparing for the development and implementation of the CIS is outlined. The key role of accounting and financial services in the ERP implementation process is defined. The list of tasks assigned to the accounting and financial services of the enterprise during the development of the CIS is given.*

**Conclusions.** *When forming the appropriate information support for the process of strategic management of the enterprise, it is necessary to create a CIS that would meet modern management standards on the platform of ERP-class systems. It was determined that accounting and financial services in the process of implementing ERP should form a transactional accounting system to ensure recording of information about any changes in the company's activities. In this system, complete information is entered into the ERP system by one service and further detailed. This approach allows you to avoid duplication of documents and increases the efficiency of document processing. Since it is the accounting and financial services of the enterprise that have the best skills in working with basic documentation, their determining role in the process of setting the task for the development and implementation of the CIS has been proven. In practice, this will allow the centralization of document flows, information and the process of entering data into the system. To achieve this, a list of the tasks of the accounting and financial services of the enterprise during the development of KIS has been developed.*

**Keywords:** *enterprise, strategic management, corporate information system, information, innovations, accounting and financial services, competitiveness, efficiency, market, resources.*

**Постановка проблеми.** Існування і ефективна робота системи бухгалтерського обліку і управління на підприємстві в сучасних умовах господарювання можливі лише за умови налагодження відповідної інформаційної системи. Використання інформаційних технологій в обліку та управлінні є необхідним та обов'язковим. Обсяги інформації, що потрапляють до інформаційного поля підприємства сягають значних обсягів, опрацювання яких штатними працівниками в ручному режимі є практично неможливим. Використання інформаційних технологій є єдиним шляхом для вирішення завдання підкорення інформаційних потоків. Ще гостріше питання стає у разі коли на підприємстві прийнято ідеологію стратегічного управління.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У дослідження теорії бухгалтерського обліку та його управлінського напрямку зробили значний внесок багато вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед вітчизняних авторів можна відзначити: О.С. Бородкіна, А.М. Герасимовича, І.І. Каракоза, В.Г. Линника, Є.В. Мниха, а також зарубіжних науковців: А. Апчерча, Р. Каплана, Д. Колдуела, Д. Нортон, М.Х.Б. Перера тощо. Проте, актуальні питання формування інформаційного підґрунтя для стратегічного управління підприємством поки що не стали об'єктом фундаментальних наукових досліджень і тому потребують подальшого вивчення.

**Мета статті** – скласти перелік завдань для активізації функцій обліково-фінансового підрозділу підприємства, з метою формування базових елементів корпоративної інформаційної системи управління.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні, для вирішення проблеми швидкості обробки і надання інформації для управління підприємством, необхідно створювати корпоративну інформаційну систему (KIC), що відповідала б сучасним стандартам управління. У практичній діяльності широко використовуються такі базові концепції корпоративних інформаційних систем як MRP (Materials Resource Planning – планування матеріальних ресурсів), MRP II (Manufacturing Resource Planning – планування виробничих ресурсів), ERP (Enterprise Resource Planning – планування ресурсів компанії, або Enterprise-wide Resource Planning – планування ресурсів в масштабі компанії). Для задоволення потреб бухгалтерського обліку та стратегічного управління промисловим підприємством реально діюча корпоративна інформаційна система повинна відповідати стандарту ERP, з перспективою виходу на стандарт ERP II, що буде діяти в умовах інформаційної економіки.

В базовій концепції ERP покладено принцип створення єдиної бази даних (так званого репозитарія). Репозитарій ERP-системи повинен містити в собі весь масив ділової інформації, що був на-

копичений підприємством в процесі ведення бізнесу. Наприклад, до такої інформації відноситься: фінансова інформація; інформація, що пов'язана з виробництвом; інформація про управління персоналом; інформація про контрагентів; інші дані.

Наявність репозитарія позбавляє від необхідності передавати дані від одного додатку до іншого. Крім того, будь-яка частина інформації, яку має в своєму розпорядженні дана компанія, стає одночасно доступною для всіх працівників, що володіють відповідними повноваженнями.

KIC, що побудовані з використанням стандарту ERP, отримали широке визнання як на зарубіжних підприємствах, так і на окремих вітчизняних підприємствах, що є лідерами у застосуванні таких стандартів управління на вітчизняних просторах. Адже ERP-системи дозволяють об'єднати усі ресурси підприємства. Як наслідок – значно підвищується керованість ресурсами, а відповідно і ефективність управління ними. Зараз практично всі сучасні зарубіжні системи управління виробництвом базуються на концепції ERP і відповідають її рекомендаціям.

Комплексна інформаційна система управління компанією (ERP) – це важливий інструмент ефективного управління ресурсами компанії. Єдине інформаційне середовище стає не тільки засобом збору і аналізу фінансової і нефінансової інформації – це шлях до реального підвищення конкурентоспроможності і прибутковості, до залучення інвестицій, а значить – до максимальних темпів зростання бізнесу. До найпоширеніших і найпопулярніших сьогодні систем, що підтвердили свою ефективність, відносяться: SAP/R3, BAAN IV, Oracle E-Business Suite, IFS Applications, Microsoft Business Solutions-Navision.

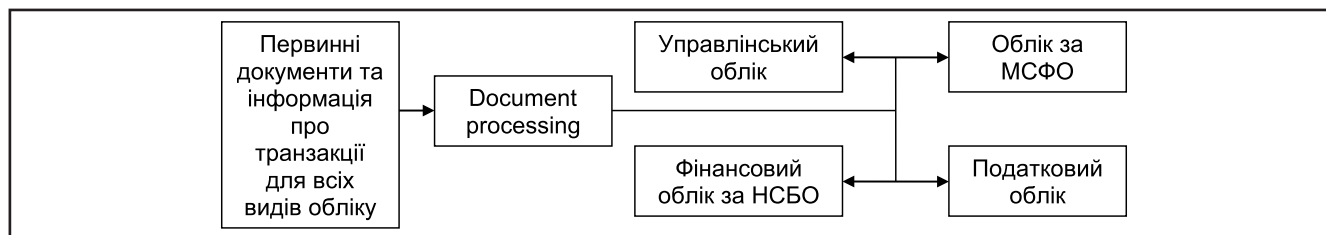
У процесі підготовки до розробки і впровадження KIC необхідно чітко визначитися з наступними питаннями: терміни та обсяг проведення робіт з розробки та впровадження KIC; визначення керівника проекту розробки і впровадження KIC; детальне опрацювання та прийняття плану-графіка проекту і кошторису впровадження; обговорення з розробником питання опису навчальної і довідкової ситуації, навчання ключових співробітників. Необхідно описати: юридичну структуру компанії, зокрема, внутрішні грошові й матеріальні потоки, а також потоки даних; документообіг, існуючі процедури консолідації даних і звітності (управлінської і регламентованої); фізичну

структуру компанії з деталізацією до кожного майбутнього користувача системи; максимально повно процеси бізнесу та їх формальне втілення – внутрішній документообіг. Це стане основою для отримання інформації про місця введення даних про транзакції. Транзакція – в окремих джерелах – транзакція, англ. transaction) – це група послідовних операцій, яка являє собою логічну одиницю роботи з даними. Крім того, необхідно, щоб ці питання були досліджені не тільки з точки зору сьогодення, але й з погляду на перспективу розвитку підприємства в майбутньому. Що стосується питання отримання інформації про місця введення даних про транзакції, то тут ключову роль відіграє облікова та фінансова служби. Облікова та фінансова служби – це ті підрозділи, що відповідають за: виявлення інформації про заплановані, здійснені транзакції та такі транзакції, що здійснюються зараз (інформації про виставлені рахунки, заплановані контракти, позанормативні виплати працівникам тощо); первинний облік транзакцій (наприклад, надходжень необоротних активів); аналітичну обробку даних про транзакції і побудову внутрішньої і зовнішньої звітності (зокрема, бюджетної, фінансової та ін.); аналітичну обробку звітності і побудову внутрішньої і зовнішньої звітності (аналітики з виконання бюджетів, звітів за фінансовими і нефінансовими показниками діяльності і т. п.); планування і контроль діяльності.

Отже, від облікової та фінансової служб у процесі впровадження ERP вимагається побудувати транзакційну систему обліку, яка дозволила б фіксувати інформацію про будь-які зміни в діяльності підприємства. Існує декілька варіантів побудови схеми обліку транзакцій. Найбільш довершеною можна виділити так звану «транзакційну» схему (див. рисунок).

За цим підходом дані повністю вводяться в ERP-систему в одній службі (найчастіше такою службою стає document processing) і потім деталізуються, тобто враховуються в системі профільною службою.

Для успішного виконання завдань обліковій і фінансовій службам підприємства необхідно виконати ряд задач: описати фактичну облікову політику зі всіх видів обліку; описати існуючі й планові місця виникнення інформації про транзакції; описати всі первинні форми документів і звітних форм; описати існуючі і майбутні системи руху



**Транзакційна схема \***

\* складено авторами

потоків інформації про транзакції, системи записів про них у різних видах обліку та ін.; розробити робочий план рахунків, особливу увагу при цьому необхідно приділити субрахункам та аналітичним рахункам; скласти локальні класифікатори масивів довідкової інформації (підрозділів, співробітників, товарно-матеріальних цінностей і т.д.); проаналізувати та вдосконалити документообіг з кожної ділянки обліку, з кожного автоматизованого робочого місця. Окрему увагу під час впровадження проекту КІС необхідно приділити управлінській складовій бухгалтерського обліку з метою стратегічного управління підприємством. Успіх та ефективність майбутнього процесу стратегічного управління залежить від правильного налагодження роботи управлінського обліку.

### Висновки

При формуванні відповідного інформаційного забезпечення процесу стратегічного управління підприємством необхідно створити КІС, що відповідає сучасним стандартам управління на платформі систем класу ERP. Визначено, що облікові та фінансові служби у процесі впровадження ERP повинні сформувати транзакційну систему обліку, для забезпечення фіксування інформації про будь-які зміни в діяльності підприємства. У цій системі повна інформація вводиться в ERP-систему однією службою і далі деталізується. Такий підхід дозволяє уникнути дублювання документів, підвищує оперативність документообігу. Оскільки саме облікова та фінансова служби підприємства володіють найкращими навиками роботи з базовою документацією, доведено їх визначальну роль в процесі постановки завдання на розробку і впровадження КІС. На практиці це дозволить вийти на централізацію потоків документів, інформації і процесу введення даних у систему. Для досягнення цього розроблено перелік завдань облікової і фінансової служб підприємства при розробці КІС.

### Список використаних джерел

1. Бутинець Ф. Ф., Олійник О. В., Шигун М. М., Шулепова С. М. Організація бухгалтерського обліку: навчальний посібник для студентів вузів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит»; 2-е вид., доп. і перероб. Житомир: ЖІТІ, 2001. 576 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. Василенко В. А., Ткаченко Т. І. Стратегічне управління: навчальний посібник. К.: ЦУЛ, 2003. 396 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. 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. Сопільник Л. І., Колодійчук А. В. Теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємств. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (8). С. 183–187.
10. 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.

11. 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. Butynets, F. F., Oliynyk, O. V., Shyhun, M. M., & Shulepova, S. M. (2001). *Orhanizatsiya bukhhalters'koho obliku* [Organization of accounting]: Study guide for students of higher education institutions, specialty 7.050106 «Accounting and Audit»; 2nd ed., add. and processing. Zhytomyr: ZhiTI. [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. Vasylenko, V. A., & Tkachenko, T. I. (2003). *Stratehichne upravlinnya* [Strategic management]: Textbook. Kyiv: Center of Educational Literature. [in Ukrainian].

4. 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].

5. Havrylko, P. P., Lalakulych, M. Yu., & Kolodiychuk, A. V. (2012). *Osnovni factory vynykennya 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. (2012). *Informatsiya yak factor 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. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). *Teoretichni aspekty upravlinnya konkurentospromozhnisty 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].

10. Sopilnyk, L. I., & Kolodiychuk, A. V. (2009). *Upravlinnya konkurentospromozhnisty 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].

11. Tsenkler, N. I., Kolodiychuk, A. V., Lalakulych, M. Yu., Molnar, O. S. (2021). *Bukhhalters'ky 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

#### **Строгуш Олег Михайлович,**

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

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

#### **Чегіль Андріян Васильович,**

магістр, економічний факультет, ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

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

### Data about the 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

#### **Oleh Strohush,**

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University

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

#### **Andriyan Chehil,**

Master's degree, Faculty of Economics, Uzhhorod National University

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

# РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

---

<https://doi.org/10.5281/zenodo.8142166>

БАТАЖОК С. Г.

## Еко-індустріальні парки як інструмент регіональних стратегій розвитку

**Предмет дослідження.** Еко-індустріальні парки як інструмент впровадження підходів ресурсо-ефективності та моделі «циркулярної економіки», залучення інвестицій, підвищення рівня зайнятості населення, забезпечення збалансованого регіонального та місцевого розвитку.

**Мета дослідження.** Розкрити переваги, етапи впровадження та діяльності еко-індустріальних парків, що сприяють сталому економічному розвитку, механізм державної політики їх створення та функціонування. Дослідити суть процесу розробки та реалізації стратегії розвитку індустріальних парків в Україні.

**Методологія проведення роботи.** У статті розглянуто напрями та способи розвитку еко-індустріальних парків, що сприяють формуванню привабливого інвестиційного середовища, вирівнюванню економічного розвитку регіонів, підвищенню якості життя населення, створенню нових робочих місць.

**Результати роботи.** Досліджено механізм і стимули впровадження та розвитку еко-індустріальних парків, які здатні покращити економічні, екологічні й соціальні складові та сприятимуть залученню інвестицій до регіонів.

**Висновки.** Еко-індустріальний парк — це спеціальна зона індустріального призначення, яка сприяє сталому національному та регіональному розвитку. Необхідним є забезпечення належного механізму функціонування та розвитку еко-індустріальних парків в Україні.

**Ключові слова:** еко-індустріальні парки, сталий розвиток, індустріальний симбіоз, циркулярна економіка, ресурсоефективне виробництво, стратегія розвитку, державна політика.

BATAZHOK S. G.

## Eco-industrial parks as a tool of regional development strategies

**Subject of study.** Eco-industrial parks as a tool for implementing resource efficiency approaches and the «circular economy» model, attracting investments, increasing the level of employment of the population, ensuring balanced regional and local development.

**The aim of the study.** To reveal the advantages, stages of implementation and operation of eco-industrial parks that contribute to sustainable economic development, the mechanism of state

policy for their creation and operation. To investigate the essence of the process of development and implementation of the strategy for the development of industrial parks in Ukraine.

**Methodology of work.** The article examines directions and methods of development of eco-industrial parks that contribute to the formation of an attractive investment environment, equalization of the economic development of regions, improvement of the quality of life of the population, and the creation of new jobs.

**Results of work.** The mechanism and incentives for the introduction and development of eco-industrial parks, which are capable of improving the economic, ecological and social components and will contribute to attracting investments to the regions, have been studied.

**Conclusions.** An eco-industrial park is a special industrial zone that promotes sustainable national and regional development. It is necessary to ensure the proper functioning and development mechanism of eco-industrial parks in Ukraine.

**Keywords:** eco-industrial parks, sustainable development, industrial symbiosis, circular economy, resource-efficient production, development strategy, state policy.

**Постановка проблеми.** Одним із інструментів посилення конкурентних переваг та розвитку економіки є еко-індустріальні парки, що є більш конкурентоспроможними, привабливими для інвестицій та стійкими до ризиків. В Україні еко-індустріальні парки не демонструють суттєвої динаміки розвитку, що пов'язано з недосконалим законодавчим регулюванням, потребою у значних обсягах інвестицій, браком досвіду ініціаторів створення і керуючих компаній щодо реалізації проєктів. Ці обставини негативно впливають на інвестиційний клімат. Низький рівень фінансування проєктів зумовлений незначною активністю громад та відсутністю відповідних пріоритетів у розвитку регіонів. Необхідним є впровадження механізму державного стимулювання створення та функціонування еко-індустріальних парків.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Дослідженню діяльності функціонування індустріальних парків присвячені роботи таких науковців як С.В. Глібко, Ю.М. Жорнокуй, М.В. Садченко, М.Л. Данилович-Кропивницька, Ю.А. Джурик, О.А. Івашко, Н.В. Шевчук та ін. Постійні зміни підходів держави до перспектив розвитку еко-індустріальних парків потребують подальшого вивчення та дослідження цієї проблематики.

**Метою статті** є дослідження етапів впровадження і діяльності еко-індустріальних парків та механізму державної підтримки їх створення і функціонування.

**Виклад основного матеріалу.** Еко-індустріальні парки (ЕКП), які ще називають сталими, низьковуглецевими, «зеленими» або циркулярними зонами – це індустріальні парки (ІП), створені для поліпшення соціальних, економічних та

екологічних показників діяльності резидентів, зокрема завдяки практикам індустріального симбіозу та зеленим технологіям, які дозволяють ефективно використовувати ресурси та створюють конкурентні переваги, сприяють кліматично сталому розвитку промислових зон та «зелених» ланцюгів доданої вартості, а також дозволяють вести інклюзивну і сталу ділову діяльність та будувати соціально відповідальні стосунки із сусідніми громадами [1].

Вперше концепцію ЕІП парків винесли на обговорення у 1992 році на конференції ООН з довкілля та розвитку. Підходи до ЕІП базувались на принципах промислової екологічності. Лише впродовж останніх 20 років підходи розширилися та вирішують питання пов'язані з економічними, екологічними та соціальними аспектами сталого розвитку ЕІП.

ІП – це територія, на якій зонування та планування відбувається з метою промислового розвитку. ІП розташовані поза межами міста, що зводиться до причин:

- зосередити інфраструктуру на окремій території, що сприятиме економічному та ефективному використанню коштів;
- залучати нові бізнес-структури завдяки забезпеченню доступу до комплексної інтегрованої інфраструктури;
- відмежувати промислові зони з метою зменшення екологічного та соціального впливів на сельбищні території.

ІП мають вагоме значення в економічному зростанні, надають доступ до комплексної інфраструктури та бізнес-послуг, є успішною моделлю для створення робочих місць, передачі відповід-



## РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

них навичок та технологій, залучення прямих іноземних інвестицій та розвитку промисловості.

Міжнародний досвід UNIDO показав, що ЕІП можуть сприяти сталому економічному розвитку країн, які розвиваються.

Економічними перевагами ЕІП є створення робочих місць завдяки екоінноваціям, підвищення ресурсоефективності, збільшення надходжень від інвестицій, зростання рівня конкурентоспроможності, збільшення надходжень до бюджетів, інтеграція до міжнародних ланцюгів утворення доданої вартості, сприяння експортній торгівлі та структурним перетворенням, диверсифікація виробництва на основі порівняльних і конкурентних переваг, підвищення продуктивності, стимулювання науково-дослідної та інноваційної діяльності, розвиток технологічного потенціалу та конкурентоспроможної робочої сили, модернізація підприємств, розвиток фізичної інфраструктури.

Екологічні переваги ЕІП полягають у більш ефективному використанні природних ресурсів та мінімізації впливу на навколишнє середовище на основі принципів циркулярної економіки.

До соціальних переваг ЕІП належать створення робочих місць, безпечні умови праці, підвищення рівня життя мешканців місцевих громад, розвиток соціальної інфраструктури, забезпечення соціальної інклюзії та врахування гендерної політики у трудових відносинах та економічних вигодах, підвищення добробуту, надання державних послуг у більш ефективний спосіб.

Співпраця між підприємствами, органами місцевого самоврядування, спільне використання ресурсів та управління відходами є гарантією ефективності ЕІП. Вищим рівнем кооперації є індустріальний симбіоз, як спосіб реалізації принципів циркулярної економіки.

Індустріальний симбіоз досягається в результаті ініціатив двох, або більше компаній щодо співпраці на взаємовигідних умовах. Одним з найтипівіших прикладів індустріального симбіозу є використання відходів одного виробника як сировини іншим виробником. Промисловий симбіоз лежить також в основі спільного користування обладнанням та ресурсами.

Екологічними перевагами є зменшення споживання палива, води, зниження викидів у атмосферу, відсутність потреби у сировині.

Економічні переваги полягають у можливостях виробників заощаджувати на утилізації сміття,

закупівлі та транспортуванні матеріалів. Симбіотична співпраця завжди приводить до зменшення витрат на виробництві.

Індустріальний симбіоз сприяє економічному зростанню, його часто використовують в ЕІП для покращення показників роботи підприємств [1].

Зокрема, індустріальний симбіоз, який передбачений концепцією ЕКП, чітко зазначений в Європейському зеленому курсі як інструмент досягнення вуглецевої нейтральності [2].

Стимулом до розвитку ЕІП є: розвиток конкурентоспроможного виробничого сектору, який є визначним для економічного розвитку і соціально-економічних перетворень. В ЕІП можна створити сприятливі ділові умови для розвитку виробництва і додаткову економічну вартість секторам, які залежать від виробництва сільськогосподарської або сировинної продукції. На їхній базі можна створити взаємовигідні зв'язки між галузями господарської діяльності [3].

ЕІП – ефективний інструмент залучення інвестицій і технологій, оскільки земля, інфраструктура, якісні послуги і суміжність зі стратегічно важливими ринками є головними чинниками, які впливають на інвестиційні рішення. Можливості обміну технологіями, які відкриваються, зокрема, завдяки іноземним інвестиціям, надзвичайно важливі для збільшення обсягів виробництва за допомогою переходу від трудомісткого до високотехнологічного способу виробництва [4].

Створення ЕІП сприяють регіональному й національному розвитку, оскільки забезпечують надходження інвестицій, появу нових промислових галузей, робочих місць, зв'язки між підприємствами й економічне зростання.

ЕІП поліпшують діловий клімат: сприяють нарощенню об'ємів виробництва через зменшення виробничих витрат, зменшення відходів і викидів, збільшення економічних можливостей [5].

В ЕІП утворюється клімат, сприятливий для співпраці та інновацій, оскільки уряд, приватний сектор, освітні та науково-дослідні заклади ведуть спільну діяльність, проводять дослідження, від яких отримують прибуток та сприяють розвитку в громадян підприємницьких здібностей. ЕІП забезпечують розвиток підприємництва. Послуги спільного користування, що їх надають парки, можуть знизити межу входження на ринок для малих підприємств і спростити доступ до первісного капіталу.

У межах ЕІП можна випробовувати економічні реформи, нові директивні напрями й підходи на географічно обмеженій території. Демонстраційний ефект успішності таких реформ згодом можна поширити на національному рівні, впроваджуючи набутий передовий досвід у інших секторах економіки та промислових зонах.

ЕІП – це економічні хаби й центри економічного зростання громад, діяльність яких позитивно впливає на навколишнє соціальне середовище, за належного проектування, може сприяти досягненню суспільних цілей.

ЕІП сприяють дотриманню екологічних гарантій: створюють можливості для зменшення виробничих витрат завдяки використанню спільної інфраструктури, сприяють більш ефективному використанню енергії, води й матеріалів, зокрема через переробку відходів, використовують відновлювані джерела енергії, практикують індустріальний симбіоз [6].

До ЕІП відносять групу підприємств, що розташовані на спільній території та працюють у сфері виробництва і послуг, співпрацюють між собою в сферах екології та управління ресурсами задля покращення економічних, екологічних і соціальних показників. Міжнародний досвід вказує на те, що ЕІП можуть забезпечити різноманітні економічні, екологічні та соціальні переваги, це виходить далеко за межі традиційної вигоди від інвестицій [7].

У багатьох країнах, що розвиваються, ІП мають вагомое значення для процесів інклюзивної і раціональної індустріалізації, а отже важливі для досягнення країною Цілей сталого розвитку, зокрема [8]:

Ціль 6: Забезпечення загального доступу до безпечної та недорогої питної води для всіх.

Ціль 8: Сприяння сталому інклюзивному економічному зростанню, підвищенню рівня продуктивності і створення гідних робочих місць.

Ціль 9: Побудова надійної інфраструктури, сприяння інклюзивній і стабільній індустріалізації та інноваціям.

Ціль 11: Досягнення безпеки, інклюзивного й сталого розвитку міст і спільнот.

Ціль 12: Стале споживання та виробництво.

Ціль 13: Боротьба зі змінами клімату та їхніми негативними наслідками.

Слід зауважити, що ІП сприяють досягненню Цілей сталого розвитку не лише завдяки соці-

ально та екологічно відповідальній індустріалізації на своїй території, а також слугують прикладом, який можна масштабувати в національному вимірі. Етапи впровадження та діяльності ІЕП на міжнародному рівні представлені в таблиці 1.

Екологічні стандарти моделі ЕІП сприятимуть відповідності української продукції міжнародним стандартам та підвищенню її конкурентоспроможності на світових ринках, популяризації серед інвесторів, зацікавлених в сталому та інклюзивному розвитку.

В Україні є можливість стати ще більш витривалою та резистентною до економічних шоків та відбудувати свою промисловість відповідно до кращих світових стандартів і практик.

Для цього, на думку UNIDO, слід вдосконалювати законодавство аби усунути бар'єри та забезпечити належні фінансові та нефінансові стимули функціонування не лише ІП, а також ЕІП.

Наразі з урахуванням рекомендацій та за підтримки UNIDO, Міністерство економіки України працює над Національною стратегією ІП, яка враховуватиме положення про ЕІП.

Водночас, паралельно з цим бізнес уже зараз може запроваджувати сталі практики та налагоджувати співпрацю між собою, що відповідає критеріям ЕІП, закріплених у Міжнародних положеннях про ЕІП [2].

Внаслідок російського вторгнення в Україну загалом 52,8% опитаних підприємств скоротили свою діяльність, 23,6% взагалі зупинилися, а 2% підприємств вимушені були виїхати із регіонів активних бойових дій [10]. Проблеми зі збутом продукції, постачанням сировини, з використанням електричної енергії, природного газу, з водопостачанням та водовідведенням, проблемами поводження з відходами, нестача працівників через їх вимушене переміщення, мобілізація – все це загалом негативно вплинуло на загальну роботу підприємств в умовах воєнного часу. Щодо інших проблем підприємства, то зазначають переважно зменшення збуту внаслідок постачання великої кількості гуманітарної продукції, знищення виробничих потужностей, зупинку підприємства тощо. Причинами також є фінансова нестабільність, девальвація гривні, окупація, зростання облікової ставки.

Пристосовуючись до сучасних реалій, набуло великої актуальності застосування онлайн-комунікацій. Підприємства почали виробляти до-

**Таблиця 1. Етапи впровадження та діяльності ІЕП на міжнародному рівні**

1. Планування	<p>Прийняття ключових рішень та створення бізнес-кейсу.          Попередній аналіз проекту та виявлення його технічних, фінансових, економічних, соціальних та екологічних переваг.          Вибір місцевості й конкретного місця розташування: статус земельної ділянки, транспортне сполучення, інфраструктура, екологічні, соціальні та економічні аспекти.          Техніко-економічний аналіз: бізнес-план, технічна оцінка, аналіз нереалізованих можливостей серед інвесторів на ринку та етапів інвестування, фінансове моделювання та прогнози обсягів фінансування, аналіз економічних, екологічних та соціальних наслідків.</p>
2. Проектування та будівництво	<p>Виділення земельної ділянки належних розмірів, підготовки плану забудови та схем зонування всередині парку.          Оцінка і ресурсо- та енергоефективне проектування об'єктів інфраструктури.          Інтегроване планування управління відходами.          Оцінка впливу на навколишнє середовище та зменшення наслідків на засадах довгострокової сталості.          Розроблення інженерно-технічної документації з використанням екотехнологій.          Проведення будівельних робіт з найменшим негативним впливом на довкілля та екосистему.          Залучення стейкхолдерів різних рівнів, що сприятиме ефективнішому виробництву, інтересам громади та захисту навколишнього середовища.</p>
3. Функціонування та управління	<p>Функції керівництва ІП:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• розподіл земельних ділянок і виробничих приміщень;</li> <li>• управління інфраструктурою і матеріально-технічною базою;</li> <li>• адміністративні послуги;</li> <li>• розвиток бізнесу та інновацій;</li> <li>• управління соціальними послугами;</li> <li>• управління та моніторинг результатів діяльності.</li> </ul>         Управління трудовими відносинами, що впливає на продуктивність.          Енергетичний менеджмент: відповідальність обсягів енергопостачання і енергоспоживання, заохочення до енергоефективності, відновлювана та чиста енергія.          Розроблення планів управління відходами: промисловий симбіоз, методи циркулярної економіки.          Моделі управління: керуюча компанія державне підприємство, приватне підприємство; спільне державно-приватне управління.</p>
4. Регулювання діяльності	<p>Досягнення Цілей сталого розвитку, перетворення наявних ІП на ЕІП.          Створення незалежних органів з питань ЕІП (профільні міністерства, місцеві органи влади та інші відомства).          Застосування інвестиційних стимулів:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• фінансові стимули (прямі субсидії, гранти й кредити);</li> <li>• фіскальні стимули (податкові канікули та зменшені ставки податків);</li> <li>• інші види заохочень (зокрема субсидування землі, інфраструктури і послуг, а також різноманітні регуляторні поступки).</li> </ul>         Прийняття спеціалізованого законодавства про ЕІП, створення «єдиних вікон» з надання адміністративних послуг.</p>
5. Інвестиційний маркетинг	<p>Визначення цільових секторів економіки, таргетування інвестицій.          Заходи щодо залучення інвестицій та визначення критеріїв для інвесторів, які обумовлені станом національної економіки та рівнем індустріалізації.          Стадії інвестиційної підтримки:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• стадія 1. Доінвестиційна стадія/прийняття рішення;</li> <li>• стадія 2. Стадія входу в ринок;</li> <li>• стадія 3. Стадія реалізації;</li> <li>• стадія 4. Стадія операційної діяльності/подальшої підтримки.</li> </ul>         Координація та забезпечення інвестиційної підтримки.</p>

6. Оцінювання та управління ризиками	<p>Цикл управління ризиками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• усвідомлення;</li> <li>• визначення;</li> <li>• аналіз;</li> <li>• запобігання/ обмеження;</li> <li>• контроль і зворотній зв'язок.</li> </ul> <p>Види ризиків для ЕКП:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• стратегічні ризики;</li> <li>• фінансові ризики;</li> <li>• ринкові та комерційні ризики;</li> <li>• екологічні ризики;</li> <li>• ризики у сфері трудових відносин;</li> <li>• ризики щодо капітальних активів.</li> </ul> <p>Оцінка та ранжування ризиків за пріоритетністю.</p> <p>Стратегії управління ризиками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• уникання: усунення причини ризику;</li> <li>• зменшення: скорочення ймовірності чи обмеження наслідків ризику;</li> <li>• розподіл: залучення іншої сторони і поділ ризику з нею;</li> <li>• стримування: розробка плану на випадок настання наслідків ризику.</li> </ul>
7. Оцінка ефективності	<p>Цільові показники діяльності ЕІП</p> <p>Економічні показники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ефективність виробництва;</li> <li>• зменшення рівня безробіття;</li> <li>• розвиток підприємницької діяльності;</li> <li>• зростання доходів суб'єктів економічних відносин від використання активів.</li> </ul> <p>Соціальні показники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• соціальний менеджмент і соціологічний моніторинг;</li> <li>• соціальна інфраструктура;</li> <li>• соціальна робота в територіальній громаді;</li> <li>• суспільний розвиток.</li> </ul> <p>Екологічні показники:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• екологічний менеджмент і соціологічний моніторинг;</li> <li>• споживання води;</li> <li>• рециклінг;</li> <li>• енергетичний менеджмент;</li> <li>• навколишнє природне середовище;</li> <li>• довкілля та кліматична стійкість.</li> </ul>

Складено автором на основі джерел: [6, 9].

даткову продукцію, займатися пошуком інститутів, які розглядають проблематику розвитку сучасних технологій для впровадження ресурсо-ефективних проектів.

Проблеми щодо ефективного використання ресурсів посідають друге місце після проблем із постачанням. Більшість підприємств не мають стратегії щодо ефективного використання виробничих ресурсів. Наявна потреба додаткових зовнішніх інвестицій для заміни (модернізації) обладнання з метою перепрофілювання чи зміни асортименту продукції, освоєння відновлюваних джерел енергії.

Серед видів допомоги, яку підприємства хотіли б отримати для відновлення нормальної роботи, передують консультування щодо пошуку джерел для фінансування рішень із підвищення ефектив-

ності використання ресурсів підприємства (43%) і консультації щодо пошуку постачальників технологій/обладнання (32%). Залежно від розмірів підприємств, потреби, які виникають у підприємств для поліпшення роботи в умовах воєнного часу, дійсно різняться. Для великих підприємств це переважно потреби у зовнішній оцінці експертами та розробка заходів із ресурсоефективності, для середніх – консультування щодо пошуку джерел для фінансування рішень із підвищення ефективності використання ресурсів підприємства, а для малих – ознайомлення із довідниками, галузевими посібниками, збірниками кращих доступних технологій [10].

Також реалії сьогодення вказують на необхідність збільшення енергетичної незалежності

## РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

українських підприємств, покращення ефективності використання ресурсів, розширення співпраці з міжнародними партнерами та адаптації своєї діяльності до сучасних викликів.

Загалом розвиток ІП сприяє відновленню промисловості у воєнний період, для місцевих громад перевагою розбудови ІП є зростання доходів і добробуту громад, збільшення податкових надходжень, розвиток малих та середніх підприємств у регіоні.

Економіці України необхідно нарощувати промислове виробництво, забезпечувати економічне зростання без надмірного споживання ресурсів. В цьому контексті є необхідним стратегічне планування й ефективно управління ЕІП для досягнення цілей сталого розвитку.

Розвиток ЕІП в Україні сприятиме зростанню виробничих потужностей, стимулюванню зростання суміжних галузей, розвитку людського капіталу та створенню нових робочих місць. В Україні внесено до Реєстру 60 ІП, лише у 37 ІП обрано керуючі компанії, у дев'яти – є учасники та інші суб'єкти ІП.

У 2022 році, впродовж якого до Реєстру включено дев'ять ІП, нарощувалася динаміка щодо їх створення переважно у західних регіонах.

Водночас значна частина ІП не розвивається та не отримує належної підтримки з боку відповідних територіальних громад і регіонів.

Наявний високий ризик неузгодженості ініціатив щодо створення ІП з перспективами просторового розвитку відповідних територій. Таку ситуацію зумовлює відсутність, застарілість або неточність містобудівної документації. Створення ІП в більшості випадків здійснювалося без актуальної містобудівної документації [11].

Мінекономіки та ООН з промислового розвитку (ЮНІДО), за участю інших заінтересованих органів, починаючи з 2020 року реалізують проект технічної допомоги «Глобальна програма ЕІП в Україні: реалізація на місцевому рівні», який має сприяти запровадженню принципів циркулярної економіки (підвищенню продуктивності використання ресурсів, створення закритих циклів використання ресурсів і відходів, які здатні покращити економічні, екологічні та соціальні якості бізнесу, сприятиме залученню інвестицій до регіону). Цей проект фінансується урядом Швейцарії через Державний секретаріат з економічних питань Швейцарії (SECO), кошторисна вартість 2 260 000 швейцарських франків.

В межах проекту проаналізовано функціонуючі ІП України та обрано 3 пілотних парки, в яких наявна значна кількість компаній: на базі КП «Білоцерківський вантажний авіаційний комплекс 2 (Київська область), «Агромаш 2 (м. Запоріжжя) та «ПАТРИ-ОТ» (м. Суми) для впровадження моделі ЕІП.

Водночас, у 2022 році обрано додаткові два пілотні ІП («Мольфар» у Закарпатській області та «Калуський індустріальний ХАБ» у Івано-Франківській області) для надання подальшої технічної підтримки в межах проекту.

Інші ІП будуть долучені до проекту як одержувачі «м'якої» допомоги через навчання та підвищення обізнаності стосовно питань, пов'язаних із плануванням і організацією функціонування ЕІП.

Конкретний очікуваний результат полягає у покращенні екологічних, економічних та соціальних показників промислової діяльності завдяки впровадженню підходів ЕІП у вибраних пілотних ІП, у межах яких вже проваджується господарська діяльність, та посилення значення моделі ЕІП в розвитку країни.

Впровадження механізму ЕІП може бути здійснено через внесення змін до Закону України «Про індустріальні парки», зокрема, щодо термінологічного визначення ЕІП, їх критеріїв (екологічних, енергетичних та економічних показників), впровадження поняття «промислового симбіозу», дерегуляції окремих видів діяльності в межах парків для запровадження такого симбіозу, механізмів та інструментів підтримки, а також розроблення і прийняття відповідних підзаконних актів [12].

Включені до Реєстру ІП не демонструють очікуваної динаміки розвитку, більшість перебувають на початковій стадії розбудови, внаслідок недосконалого законодавчого регулювання окремих аспектів їх започаткування та функціонування, значної потреби в інвестиціях для створення інфраструктури, недостатнього досвіду ініціаторів створення ІП і керуючих компаній щодо реалізації таких проектів. Зазначені обставини також негативно впливають на інвестиційний клімат, оскільки потенційним учасникам не надходять належні пропозиції щодо розміщення виробничих потужностей у таких парках.

Джерелами фінансування облаштування ІП можуть бути кошти державного та місцевих бюджетів, кошти приватних інвесторів, зокрема за моделлю державно-приватного партнерства, залучені кошти, включаючи кредити банків та інших

фінансово-кредитних установ; кошти міжнародної технічної допомоги та секторальної підтримки Європейського Союзу, інших міжнародних донорів, міжнародних фінансових організацій.

Державне стимулювання за рахунок коштів державного бюджету може здійснюватися через виділення субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам, коштів державного фонду регіонального розвитку (ДФРР).

Механізмом державного стимулювання розвитку індустріальних парків є надання податкових та митних пільг, повної або часткової компенсації відсоткової ставки за кредитами (позиками), здійснення компенсації витрат.

ІП фактично не користуються передбаченими законодавством формами державного стимулювання або використовують їх у такий спосіб, що це може спричинити негативні наслідки для відповідних суб'єктів господарювання в майбутньому.

Для подальшого розвитку ІП важливим чинником є наявність кваліфікованої робочої сили, що є визначальним у перспективі функціонування та розвитку ІП.

Розвиток ІП передбачає виконання таких завдань: наявність інженерно-транспортної інфраструктури, надання стимулів, включення до регіональних стратегій планів розвитку ІП; забезпечення електрифікації територій; державна підтримка через фінансування заходів, спрямованих на покращення екологічних, енергетичних та економічних показників їх функціонування (з метою запровадження моделі ЕІП).

Національна економічна стратегія визначає орієнтири, принципи та цінності в економічній політиці: європейська інтеграція та декарбонізація економіки.

З огляду на те, що модель ЕІП працює за принципами циркулярної економіки, її впровадження спрямоване на посилення конкурентоспроможності виробленої в Україні продукції, впровадження ресурсо- та енергоефективних технологій для стимулювання розвитку циркулярної економіки та підвищення ресурсоефективності.

Такий підхід забезпечить трансформацію ІП до рівня ЕІП. Модель ЕІП має розглядатися як інструмент для розв'язання проблем регіонального та секторального розвитку в межах галузевих і регіональних стратегій розвитку (табл. 2).

Основними принципами стратегії є:

- обґрунтований вибір території для створення ІП з урахуванням: суспільних інтересів, пріорите-

тів, цілей та завдань, що містяться у державних, регіональних та територіальних стратегіях економічного і соціального розвитку, уже створених та функціонуючих ІП; результатів аналізу фактичного і прогнозного попиту, а також пропозиції доступних трудових ресурсів; результатів аналізу наявних виробничо-господарських зв'язків; наявності містобудівної документації; можливостей використання місцевих виробничих ресурсів; об'єктів соціальної інфраструктури;

- недопущення в межах ІП неправомірного використання суб'єктами господарювання ринкового становища, зокрема зловживання монопольним (домінуючим) становищем, концентрації суб'єктів господарювання;

- орієнтація на розвиток в ІП малого та середнього бізнесу;

- сприяння розвитку ІП на основі моделі ЕІП.

- сприяння сталому розвитку територій з урахуванням забезпечення участі ІП у розвитку інноваційної та дослідницької інфраструктури, інноваційних підприємств, гармонізованому міському та промисловому розвитку;

- поступова мінімізація участі держави у питаннях інституційного забезпечення функціонування ІП.

Створення та функціонування ІП передбачає взаємодію правового, організаційного, економічного, фінансового та екологічного механізмів державної політики.

В правовому механізмі необхідно створити належні умови, врахувати правові та регуляторні межі визначені національним законодавством.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва між органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, міжнародними організаціями, представниками бізнесу, професійних та інших організацій, громадськості. Чітке визначення завдань дасть змогу розподілити відповідальність за прийняття рішень та їх реалізацію.

Складовими організаційного механізму є: застосування показників оцінки результативності для визначення ефективності впливу заходів; регіональні стратегії розвитку, які включають конкретні завдання та заходи щодо забезпечення створення і функціонування ІП; інформаційні кампанії щодо проведення відповідних заходів; міжнародна технічна допомога щодо удосконалення державної політики в створенні та функціонуванні ІП.

**Таблиця 2. Цілі та завдання стратегії розвитку індустріальних парків в Україні**

<b>Ціль</b>	<b>Завдання</b>
Запровадження моделі ЕІП, зокрема промислово-го симбіозу та взаємодії з територіальними громадами.	запровадження механізму державного стимулювання трансформації ІП у еко-індустріальні із формуванням промислового симбіозу в їх межах, створення нових ІП на основі моделі еко-індустріального парку.
Запровадження фінансових та нефінансових стимулів для ІП.	сприяння створенню фінансових та нефінансових стимулів для залучення інвестицій, що забезпечать розвиток ІП і господарської діяльності в їх межах.
Оптимізація та розвиток мережі ІП з урахуванням потреб бізнесу.	забезпечення комплексного підходу до планування територій, на яких передбачається створення ІП, доступності соціальної та іншої інфраструктури; забезпечення здійснення стратегічної екологічної оцінки містобудівної документації, якою передбачається створення ІП.
Державне стимулювання проєктів створення інфраструктури та облаштування ІП.	передбачення у державному та місцевих бюджетах видатків на відповідний рік для державного стимулювання розвитку ІП, зокрема в регіональних полясах зростання з метою використання наявного потенціалу таких територій для економічного розвитку регіону.
Залучення інвестицій, фінансових ресурсів для реалізації ІП інноваційних та інвестиційних проєктів.	забезпечення ефективної взаємодії з ЮНІДО, іноземними державами через надання грантів на екологічні проєкти; налагодження взаємодії з міжнародними фінансовими організаціями, урядовими та неурядовими організаціями іноземних держав; створення передумов для успішної та стійкої інтеграції учасників ІП у міжнародну кооперацію, експорту їх продукції; фінансування спільної участі представників ІП у міжнародних торговельно-виставкових та інвестиційних заходах; залучення фінансових ресурсів для реалізації проєктів розвитку (трансформації) ІП за моделлю еко-індустріального парку (наприклад, через випуск «зелених облігацій» та інших фінансових інструментів).
Сприяння ініціаторам створення та керуючим компаніям у залученні потенційних учасників ІП.	забезпечення поширення інформації про ІП та їх можливості, зокрема в іноземних засобах масової інформації; проведення інформаційних заходів (форуми, конференції тощо), спрямованих на демонстрацію переваг ІП в Україні.
Формування та застосування практики управління ІП, яка відповідає кращим світовим підходам у цій сфері.	– забезпечення формування, підтримка та просування засад високопрофесійного керування ІП, зокрема через підвищення спроможності керуючих компаній щодо представлення інтересів учасників, недопущення дискримінаційних проявів у діяльності таких компаній; – надання інформаційної, організаційної та фінансової підтримки всеукраїнським громадським об'єднанням, діяльність яких спрямована виключно на інституційний розвиток ІП; – залучення до інституційної системи сприяння ІП агенцій регіонального розвитку.
Інституційний розвиток системи формування та реалізації державної політики щодо створення і функціонування ІП.	утворення центрального органу виконавчої влади, який реалізує державну політику щодо створення і функціонування ІП; утворення державної установи для здійснення підтримки ініціаторів створення, керуючих компаній та учасників ІП; участь професійної спільноти у процесі формування та реалізації державної політики щодо створення і функціонування ІП.
Трансформація ІП на основі моделі ЕІП.	сприяння з боку органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у забезпеченні практичної реалізації підходів до управління ІП, що відповідають моделі ЕІП; розроблення та виконання програм державної допомоги для стимулювання господарської діяльності учасників ІП за рахунок коштів місцевих бюджетів; сприяння поширенню інформації про особливості моделі еко-індустріального парку, її переваги та можливості щодо підвищення конкурентоспроможності національної економіки; формування системи заохочення впровадження моделі еко-індустріального парку; поширення та впровадження найкращих технологій і методів керування (best available technology).

Складено автором на основі джерела: [11].

Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та високого рівня конкурентоспроможності через: використання інструментів державного стимулювання з метою формування сприятливих умов для залучення інвестицій в межах ІП; сприяння запровадженню моделі ЕІП.

Фінансовий механізм забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади і органів місцевого самоврядування з розподілу бюджетних видатків, коштів, наданих міжнародними організаціями, інвестицій, грантів, залучених надходжень.

Екологічний механізм передбачає сприяння переходу ІП до моделі ЕІП, запровадженню інноваційного, ресурсоефективного та екологічно чистого виробництва, промислового симбіозу, зокрема, через: запровадження програм заохочення повторного використання і переробки матеріалів та використання побічних продуктів виробничих процесів, промислового симбіозу; сприяння запровадженню сучасних стандартів (систем екологічного та енергетичного менеджменту); сприяння створенню інформаційного ресурсу для обміну інформацією щодо поводження з відходами, зокрема використання їх як сировини; сприяння розвиткові ринкових механізмів та інструментів інвестування у ресурсоефективне та екологічно чисте виробництво.

Реалізація стратегії передбачає [11]:

- фінансування проєктів за рахунок коштів державного та місцевого бюджетів в обсязі не менше 12 млрд гривень;
- залучення інвестицій в обсязі не менше 8 млрд доларів США;
- утворення центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику щодо створення і функціонування ІП на території України; утворення державної установи з метою активізації створення та розвитку ІП; створення та забезпечення функціонування професійної організації, яка представляє спільні інтереси ІП.

## Висновки

В сучасних умовах мають функціонувати та розвиватися ЕІП як механізм індустріалізації економіки, модернізації промисловості через запровадження підходів ресурсоефективності та циркулярної економіки, залучення інвестицій, збільшення зайнятості населення та забезпе-

чення збалансованого регіонального і місцевого розвитку.

Стимулами забезпечення запровадження моделі ЕКП є наступні показники [1]:

Ефективність управління парком: фінансова підтримка розвитку інфраструктури через ДФРР; часткова компенсація кредитної ставки, бюджетна підтримка та безповоротна допомога.

Екологічні: запровадження індустріального симбіозу, зелені облігації, державна технологічна програма співробітництва.

Соціальні: фінансування створення соціальної інфраструктури ДФРР та підтримка за рахунок місцевих бюджетів, обов'язкові соціальні складові у Концепції ЕІП.

Економічні: державна програма підтримки трансформації ІП до рівня ЕІП, звільнення від сплати ПДВ та митних платежів за імпорту обладнання.

## Список використаних джерел

1. Екоіндустріальні парки (ЕІП). Проєкт GEIPP Ukraine. URL: <https://geipp-ukraine.org/>
2. Клецов А. Навіщо Україні еко-індустріальні парки. Економічна правда. 14.07.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/14/689172/>
3. GKTODAY. Forward and Backward Linkages in Food Processing Industry. 2015. URL: <https://www.gktoday.in/gk/what-are-forward-and-backward-linkages/>
4. Xueyi C., Meyer A. Management Models of Industrial Parks in China 2011. URL: [https://www.sia-toolbox.net/sites/default/files/11-06-22\\_management\\_models\\_industrial\\_parks\\_china.pdf](https://www.sia-toolbox.net/sites/default/files/11-06-22_management_models_industrial_parks_china.pdf)
5. Planning and Managing Industrial Parks. UNIDO. 2022. URL: [https://sipp.unido.org/sites/default/files/knowledge/2022-06/English\\_O.pdf](https://sipp.unido.org/sites/default/files/knowledge/2022-06/English_O.pdf)
6. An International Framework for Eco-Industrial Parks Version 2.0. World Bank. 2021. URL: <https://www.unido.org/sites/default/files/files/2021-04/An%20international%20framework%20for%20eco-industrial%20parks%20v2.0.pdf>
7. Etienne Kechichian, Mi Hoon Jeong. Mainstreaming Eco-Industrial Parks. World Bank. 2016. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/6d7c9a8e-ab9b-54da-9d9f-69e4cd03e13f/content>
8. Перетворення нашого світу: Порядок денний сталого розвитку до 2030 року. Відділ економічних і соціальних питань. Сталий розвиток. UNIDO. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda>



9. Міжнародні рекомендації для індустріальних парків. UNIDO. 2019. URL: <file:///C:/Users/%D0%B4%D0%BE%D0%BC/Downloads/Mizhnarodni-rekomendatsii-IP-2-1-3.pdf>

10. Діяльність вітчизняних підприємств під час війни в Україні: дослідження реального стану та потреб. Київ.: Центр ресурсоефективного та чистого виробництва. 2022. 23 с. URL: [http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2022/11/National\\_businesses\\_during-war\\_2022.pdf](http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2022/11/National_businesses_during-war_2022.pdf)

11. Про схвалення Стратегії розвитку індустріальних парків на 2023–2030 роки: розпорядження КМУ від 24.02.2023 р. №176–р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-2023-%D1%80#n9>

12. Довідкова інформація щодо реалізації проекту «Глобальна програма еко-індустріальних парків в Україні: реалізація на місцевому рівні»: Міністерство економіки України. Департамент інвестицій, інновацій та інтелектуальної власності від 13.02.2023 р. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=2c3e1be5-a8da-4e35-b51a-4486f22edee8&title=ModelEkoindustrialnogoParkuVUkraini>

### References

1. Ekoindustrialni parky (EIP). Proekt GEIPP Ukraine. URL: <https://geipp-ukraine.org/>

2. Kleshchov A. Navishcho Ukraini eko-industrialni parky. Ekonomichna pravda. 14.07.2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/14/689172/>

3. GKTODAY. Forward and Backward Linkages in Food Processing Industry. 2015. URL: <https://www.gktoday.in/gk/what-are-forward-and-backward-linkages/>

4. Xueyi C., Meyer A. Management Models of Industrial Parks in China 2011. URL: [https://www.sia-toolbox.net/sites/default/files/11-06-22\\_management\\_models\\_industrial\\_parks\\_china.pdf](https://www.sia-toolbox.net/sites/default/files/11-06-22_management_models_industrial_parks_china.pdf)

5. Planning and Managing Industrial Parks. UNIDO. 2022. URL: [https://sipp.unido.org/sites/default/files/knowledge/2022-06/English\\_0.pdf](https://sipp.unido.org/sites/default/files/knowledge/2022-06/English_0.pdf)

6. An International Framework for Eco-Industrial Parks Version 2.0. World Bank. 2021. URL: <https://www.unido.org/sites/default/files/files/2021-04/An%20international%20framework%20for%20eco-industrial%20parks%20v2.0.pdf>

7. Etienne Kechichian, Mi Hoon Jeong. Mainstreaming Eco-Industrial Parks. World Bank. 2016. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/6d7c9a8e-ab9b-54da-9d9f-69e4cd03e13f/content>

8. Peretvorennia nashoho svitu: Poriadok denniy staloho rozvytku do 2030 roku. Viddil ekonomichnykh i sotsialnykh pytan. Stalyi rozvytok. UNIDO. URL: <https://sdgs.un.org/2030agenda>

9. Mizhnarodni rekomendatsii dlia industrialnykh parkiv. UNIDO. 2019. URL: <file:///C:/Users/%D0%B4%D0%BE%D0%BC/Downloads/Mizhnarodni-rekomendatsii-IP-2-1-3.pdf>

10. Diialnist vitchyznianykh pidpriemstv pid chas viiny v Ukraini: doslidzhennia realnoho stanu ta potreb. Kyiv.: Tsentr resursoefektyvnoho ta chystoho vyrobnytstva. 2022. 23 s. URL: [http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2022/11/National\\_businesses\\_during-war\\_2022.pdf](http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2022/11/National_businesses_during-war_2022.pdf)

11. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku industrialnykh parkiv na 2023–2030 roky: rozporiadzhennia KМУ від 24.02.2023 р. №176–р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/176-2023-%D1%80#n9>

12. Dovidkova informatsiia shchodo realizatsii proektu «Hlobalna prohrama eko-industrialnykh parkiv v Ukraini: realizatsiia na mistsevomu rivni»: Ministerstvo ekonomiky Ukrainy. Departament investytsii, innovatsii ta intelektualnoi vlasnosti vid 13.02.2023 r. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=2c3e1be5-a8da-4e35-b51a-4486f22edee8&title=ModelEkoindustrialnogoParkuVUkraini>

### Дані про автора

#### **Батажок Світлана Григорівна,**

к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної теорії Білоцерківський національний аграрний університет, м. Біла Церква

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

### Data about the author

#### **Svitlana Batazhok,**

PhD in Economics, Professor of the Department of Economics and Economic Theory,

Bila Tserkva National Agrarian University, Bila Tserkva  
e-mail: [batazhok@ukr.net](mailto:batazhok@ukr.net)

## Огляд найбільш поширених концепцій інтегрованих маркетингових комунікацій

**Предмет дослідження** – концепції комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій відповідно до опорних елементів маркетингового планування (моделі відповідно до складових маркетинг–міксу).

**Метою** написання **статті** є систематизація й узагальнення інформації про наявні концепції, в основі яких є різні моделі опорних елементів маркетингового планування комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

**Методологія проведення роботи** – методи аналізу та синтезу; порівняння й узагальнення.

**Результати роботи.** Стаття присвячена питанням функціонування різних концепцій комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій (моделей маркетинг–міксу). Розглянуто сутність найбільш розповсюджених концепцій, зокрема, «4P», «5P», «6P», «7P», «4C», «SIVA», «4A», «4E» та інших. Пріоритетно увагу огляду критики розширених «P–моделей», а також останнім дослідженням, які вивчають вплив Інтернет–комунікацій на сучасний стан комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій і, зокрема, дотно до «P–моделей». Обґрунтовано доцільність використання концепції «5P» («Product», «Price», «Place», «Promotion», «People»). Надано рекомендації щодо напрямків подальших досліджень.

**Ключові слова:** інтегровані маркетингові комунікації, комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій, маркетинг–мікс, опорні елементи маркетингового планування, концепції маркетингу, моделі маркетингу, маркетингове середовище, історія маркетингу, конкурентоспроможність, 4P, 5P, 6P, 7P, 4C, SIVA, 4A, 4E.

MARTSYNOVSKYI V. V.

## Overview of the most common concepts of integrated marketing communications

**The subject of research** is the concept of a complex of integrated marketing communications according to the key elements of marketing planning (models according to the components of the marketing mix).

**The purpose of writing** the article is the systematization and generalization of information about existing concepts, which are based on various models of the key elements of marketing planning of the complex of integrated marketing communications.

**The methodology of the study:** methods of analysis and synthesis; comparison and generalization.

**The study results.** The article is devoted to the functioning of various concepts of the complex of integrated marketing communications (marketing mix models). The essence of the most widespread concepts, in particular, «4P», «5P», «6P», «7P», «4C», «SIVA», «4A», «4E» and others are considered. Attention is paid to the review of criticism of extended «P–models», as well as to the latest studies that review the impact of Internet communications on the current state of the complex of integrated marketing communications and, in particular, to «P–models». The feasibility of using the «5R» concept («Product», «Price», «Place», «Promotion», «People») is substantiated. Recommendations on directions for further research are provided.

**Keywords:** integrated marketing communications, complex of integrated marketing communications, marketing mix, key elements of marketing planning, marketing concepts, marketing models, marketing environment, history of marketing, competitiveness, 4P, 5P, 6P, 7P, 4C, SIVA, 4A, 4E.

**Постановка проблеми.** Перші спроби систематизувати інструменти маркетингу почали з'являтися в 1940–х роках, коли терміну «маркетинг» вивелися 20 з незначним роки. У 1948 році професор Гарвардського університету Дж. Каллітон у одній зі своїх публікацій запропонував термін «marketing

mix» («маркетингова суміш»), зазначивши, що маркетингове рішення багато в чому є схожим на рецепт. Згодом, у 1953 році в документі Американської маркетингової асоціації (American Marketing Association – AMA) термін «marketing mix» був використаний дослідником Н. Борденом, що в тих умо-

вах означало прийняття цього терміну тогочасною науковою спільнотою як офіційного та загальноприйнятного. А в 1960-х роках Е. Дж. Маккарті запропонував знамениту модель «4P» [24, с. 81–82].

З того часу триває дискусія про те, які ж складові (опорні елементи маркетингового планування) утворюють маркетинг-мікс; ця дискусія триває й досі. Постійно виникають усе нові теорії, автори яких намагаються відповісти на поставлене в далекому 1948 році питання, яке вочевидь не втратило актуальності й до сьогодні.

Використання різних концепцій для інтегрованих маркетингових комунікацій визначає використання в них тих чи інших окремих напрямів та інструментів, вибір цільової аудиторії та інші компоненти. Відповідно, існує потреба в систематизації й актуалізації окремих концепцій та їх впливу на ефективність комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій з метою вибору найбільш ефективної концепції та її застосування в КІМК.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Вивченню питань інтегрованих маркетингових комунікацій та маркетингових концепцій присвячено багато досліджень. Серед іноземних науковців обов'язково мають бути виділені роботи Ф. Котлера, В. Вонг, Дж. Саундерса, Г. Армстронга, Б. Лоттеборна, Б. Бумса, М. Бітнер, Ч. Дева, Д. Шульца, Дж. Гаттона, Ф. Малхерна, П. Кітчана, І. Кіма, Д. Шульца, С. Танненбаума.

Серед українських науковців розгляду проблеми інтегрованих маркетингових комунікацій і, зокрема, концепцій складових маркетингових комунікацій приділяли значну увагу В.В. Сова, І.О. Шкурупська, Т.В. Дубовик, О.О. Романенко, О.В. Сиваченко, Т.Д. Булах, Г.І. Краско, Н.Д. Еріашвілі, А.М. Костюченко, Л.М. Помазан, Т.В. Ільченко.

Водночас додаткового розгляду потребує питання систематизації наявних концепцій (моделей), що включають опорні елементи маркетингового планування – «4P», «5P», «6P», «7P» (і так до «12P»), «4C», «SIVA» й інших, – а також виявлення найбільш практично доцільних з них.

**Постановка завдання.** Подальшого дослідження та систематизації потребують як теоретико-методологічні, так і прикладні аспекти, що стосуються наявних концепцій (моделей) опорних елементів маркетингового планування (складових маркетинг-міксу) у межах комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій (інтегрованих маркетингових комунікацій).

**Виклад основного матеріалу.** За традицією, відповідно до моделі, запропонованої професором маркетингу Е. Дж. Маккарті в 1960 році, всі рішення, що приймаються в маркетингу, безпосередньо пов'язані зі складовими елементами просування товару до споживача (продуктом, ціною, способами придбання, інформацією про товар тощо). Для позначення цих складових Е. Дж. Маккарті запропонував термін «маркетинг-мікс», який ще називають комплексом маркетингу.

Концепція «маркетинг-міксу» в тлумаченні Е. Дж. Маккарті описує найбільш важливі для маркетингу елементи, відображає комплексний підхід до маркетингової діяльності та є невід'ємною частиною маркетингової стратегії. Такий підхід дозволяє врахувати та опрацювати всі елементи, які впливають на успіх компанії на ринку, та отримати комплексний ефект від використання маркетингових інструментів. Ця модель є досить нескладною й універсальною, вона є певним чек-листом для результативного розвитку продукту чи послуги в умовах ринкового конкурентного середовища.

В останні два десятиліття на зміну терміну «маркетинг-мікс» прийшов термін «інтегровані маркетингові комунікації». Раніше було обґрунтовано доцільність використання терміну «комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій», при цьому складові маркетинг-міксу доцільно називати опорними елементами маркетингового планування [23].

«Комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій» (КІМК) – це всі складові опорних елементів маркетингового планування («5P»: «Product», «Price», «Place», «Promotion», «People»), що використовуються скоординовано у межах єдиної стратегії при просуванні певного товару чи послуги. КІМК застосовується для досягнення комунікаційної ефективності, метою якої в свою чергу є максимальне підвищення економічної ефективності. Складові елементи КІМК є комунікаційними за своєю суттю, але кінцевою метою застосування КІМК є досягнення максимальної економічної ефективності діяльності організації.

КІМК передбачає оптимальне поєднання всіх окремих складових з метою досягнення синергетичного ефекту і забезпечення максимального впливу на цільову аудиторію відповідно до поставлених цілей та наявних ресурсів.

КІМК виник і функціонує в умовах нової маркетингової парадигми (НМП), а отже, враховує

такі особливості нової маркетингової парадигми НМП, як зміна споживача, необхідність урахування індивідуалізації споживання, зменшення ефективності окремих традиційних інструментів маркетингових комунікацій, необхідність врахування нових каналів поширення інформації (Інтернет–комунікації), запит від компаній на менш витратні способи вирішення маркетингових завдань» [23, с. 41–42].

Утім, багато хто з дослідників, профільних спеціалістів з маркетингу, реклами продовжують вживати термін «маркетинг–мікс» – ми, ставлячись з повагою до цієї традиції, вважаємо, що станом на зараз цей термін є досить спрощеним і не відповідає всій повноті явища, хоча в деяких окремих випадках його використання може бути цілковито прийнятним.

Є кілька найбільш поширених моделей, що описують елементи маркетинг–міксу – опорні елементи маркетингового планування в складі КМІК (табл. 1).

Модель «4Р». Маркетинг–мікс у його традиційному вигляді («4Р») включає 4 компоненти: «Product» (товарна політика), «Price» (цінова політика), «Place» (місце – маркетингова політика), «Promotion» (просування – комунікаційна політика або політика просування).

У 1964 році Е. Дж. Маккарті [10] запропонував модель «4Р». За іронією долі в концепції Е. Дж. Маккарті всі чотири елементи маркетингового комплексу починаються на букву «Р». У результаті вийшла вдала та водночас проста назва – «4Р», багато в чому завдяки якій ця концепція набула такої широкої популярності. Концепція «4Р», була вперше опублікована в 1965 році у статті «The Concept of the Marketing Mix», автором якої був Нейл Борден [3].

Варто зазначити, що з безлічі запропонованих до сьогодні схем, тільки класифікація Е. Дж. Маккарті стала справді загальноприйнятною (дещо рідше ще говорять про загальноприйнятність моделі «5Р» Ф. Котлера).

Концепцію «4Р» регулярно піддають критиці, зокрема, через те, що вона в центрі бачить потреби виробника продукту, а не клієнта (з 1990 року з'явилося кілька «клієнтоцентричних» концепцій, про які мова далі в цій статті), а також через невідповідність кількості складових «Р» сучасним умовам. Зокрема, Ф. Котлер у 1967 році запропонував концепцію «5Р», а в 1999 році запропонував концепцію «6Р» [6].

Сучасні дослідники постійно розширюють цей перелік, завдяки чому з'являються нові поняття – «5Р», «6Р», «7Р», навіть «12Р».

При розгляді концепції «4Р» на особливу увагу заслуговують роботи української дослідниці Т.В. Дубовик. Автор дотримується саме класичної концепції «4Р», але з деякими зауваженнями та доповненнями. Дослідниця виділяє окремо інтегровані інтернет–маркетингові комунікації і 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 кожну «Р» додаванням нових індикаторів: кастомізація інформації – в «Product», прозорість і персоналізація – в «Price», доставка – в «Place» і гнучкість – в «Promotion» [21, с. 8].

Модель «5Р». Ця модель була запропонована в 1967 році Ф. Котлером і включає всі попередні чотири елементи «4Р», а також «People» (люди). «Це ті, хто задіяний у процесі збуту товару і впливає на прийняття рішень споживачем (співробітники компанії, клієнти, лідери думок, персонал у точках продажу тощо)» [23, с. 39].

Зауважимо, що деякі дослідники, беручи за основу модель Е. Дж. Маккарті, пропонують інші версії п'ятого «Р», зокрема «Personnel» (персонал), «Package» (упаковка), Publicity («зв'язки з громадськістю») тощо, але ми є прихильниками саме традиційного терміну – «People».

У попередніх дослідженнях нами обґрунтовано саме модель «5Р» як таку, що відповідає сучасному поняттю комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

«People» – це водночас і споживачі, і персонал компанії, й інфлюенсери, що можуть вплинути на процес придбання товару чи послуги. ... Завдяки розвитку соціальних мереж, використанню реферальних посилань при продажах, перетворенню світу на global village з щільною системою взаємних контактів, перетіканню значної частини продажів на онлайн–маркетплейси та в мета–всесвіті межі між суб'єктністю та об'єктністю в процесі просування товару чи послуги все більше нівелюються. Натомість в умовах індивідуалізації споживання зростає вплив на продажі кожної окремої людини, навіть якщо в її функціональні обов'язки не входить просування това-

ру чи послуги. У сучасному світі один публічний запис випадкової людини у соціальних мережах може як багаторазово збільшити продажі, так і зменшити їх. Споживачі можуть водночас бути й амбасадорами бренду, і продавцями (наприклад, через використання реферальних посилань при онлайн-продажах)» [23, с. 40].

Варто зазначити, що «P-моделі», а особливо ранні з них («4P» і «5P») зараз часто піддають критиці. Найчастіше критики зауважують, що ці моделі від початку орієнтовані на виробника (а не на споживача), що складові всіх «P» не відображають у повній мірі їх сучасного наповнення, а також що вони не відповідають суті нового маркетингу та нової маркетингової парадигми [1, 5, 11, 16, 18].

Ми, цілком погоджуючись з зазначеними аргументами, зокрема, з наведеними Б. Фетерстонхо [5], вважаємо за доцільне використання традиційних моделей, а саме «5P», і ось чому.

1. Ранні «P-моделі» є єдиними загальноприйнятими в усьому світі, можна сказати, що вони в певній мірі є міжнародним стандартом. Уся діяльність підприємств побудована саме на базі цих моделей. Відмова від «4P» або «5P» на користь інших, більш сучасних моделей може мати зокрема такі ризики:

- може виникнути суттєве навантаження на видатки організації при перебудові всіх внутрішніх процесів з метою переходу на інші моделі, при цьому важко прорахувати економічну доцільність такої перебудови;

- може виникнути необхідність перебудови всіх внутрішніх процесів організації, що потребує перенавчання персоналу, зміни програмного забезпечення тощо, що негативно вплине на продуктивність роботи організації на етапі такої трансформації;

- може виникнути ризик узгодження з іншими сучасними концепціями на етапах взаємодії організації з партнерами, контрагентами.

2. Автори «клієнтоцентричних» концепцій ставлять на перше місце потреби клієнта, зауважуючи, що традиційні концепції враховують у першу чергу потреби виробників. Погоджуючись загалом із цим аргументом, ми вважаємо за доцільне уточнити, що економічна діяльність передбачає наявність двох сторін: і продавця, і покупця. Вочевидь, для ефективної роботи організації та задоволення потреб клієнта маркетингова концепція повинна враховувати потреби обох сторін.

І ми вважаємо цілком прийнятним застосування традиційної концепції «5P» з важливим уточненням: вона має враховувати інтереси як організації (компанії), так і клієнта.

3. Автори «клієнтоцентричних» концепцій зазначають, що наповнення всіх «P» у початковому варіанті (запропонованому Ф. Котлером у 1967 році) є застарілим та не відповідає сучасним реаліям. Зокрема, економічна пропозиція «Product» станом на зараз має включати не лише продукт, а ще й «послугу» та «досвід» [5, 11].

Б. Фетерстонхо зазначає, що «Price» зараз вже не відповідає терміну в розумінні, запропонованому Е. Дж. Маккарті та Ф. Котлером у 1960-і роки ХХ ст. Ціни вже не є фіксованими, а моделі ціноутворення зараз є складними, динамічними [5] – такими, які 70 років тому навіть не можна було уявити.

Автори «клієнтоцентричних» концепцій зауважують, що «Promotion» зараз є не просто просуванням товару в одному напрямі від виробника до покупця, а становить взаємну багатоканальну комунікацію організації з клієнтом.

Б. Лотерборн зазначає, що «Place» як місце продажу (буквально – місце на полиці в магазині) вже втратило свій сенс. Натомість зараз доцільно говорити про доступ до продукту та зручність покупки [1].

Що стосується складової «People», то, за Б. Фетерстонхо, у процесі просування («Promotion»), «євангелізму» і «залученості» ключове значення мають люди [5].

Багато хто з критиків класичних «P-концепцій» вважають, що, оскільки наповнення кожного опорного елемента маркетингового планування вже не відповідає поточному стану речей, то самі по собі згадані «P-концепції» не мають майбутнього і їх необхідно замінити на альтернативні («4C», «SIVA», «4A», «4E» тощо). Ми вважаємо, що зауваження, висловлені критиками, мають сенс, проте ми виступаємо за збереження класичних моделей «P-концепцій», але з глибокою трансформацією трактування всіх складових – «Product», «Price», «Place», «Promotion», «People».

Модель «6P». У цій моделі до елементів «4P» додано «Public relations» (зв'язки з громадськістю) і «Politics» (політику). «Модель передбачає, що для успішного просування товару чи послуги необхідно формувати громадську думку засобами PR і заручитися підтримкою організації, що регулюють ринок. Модель «6P» була вперше запропонована Ф. Котлером» [23, с. 39].

Модель «7P». У цій моделі «5P» («Product», «Price», «Place», «Promotion», «People») доповнена ще двома елементами: «Process» (процес) і «Physical evidence» (фізичне оточення). У межах цієї концепції передбачається, що «Process» (процес) є процесом взаємодії споживача з компанією (брендом). Деякі фахівці відносять до цього елемента діяльність покупця (клієнта) у момент вибору товару (послуги). Фізичне оточення – це створення сприятливої атмосфери довкола споживача; воно впливає на прийняття рішення про купівлю, на лояльність до компанії та її імідж. Деякими дослідниками «Physical evidence» розглядається як матеріальний доказ того, що клієнт дійсно отримав певну послугу [2].

Інші «P». Введення нових елементів у комплекс маркетингу зазвичай обґрунтовується критикою канонічної формули «4P». В основному концепцію «4P» критикують за те, що вона орієнтована на мікрорівень і стосується лише продавця. При цьому для розширення переліку «P» зазвичай використовуються:

- «Package» (упаковка);
- «Purchase» (купівля) – є не лише передумовою для здійснення покупки, але також і наслідки прийняття такого рішення;
- «Personnel» (персонал);
- «Physical Premises/Surround» (довкілля, оточуюче середовище) – умови, створені продавцем з метою більш ефективної реалізації свого продукту/послуги;
- «Profit» (прибуток) – капітал, одержаний у вигляді доходу щодо вкладених коштів;
- «PR, Publicity» (зв'язки з громадськістю) – створює позитивну репутацію продукту та організації загалом.

Критика «розширених P-моделей». Критики розширених моделей аргументують свою позицію тим, що нові опорні елементи маркетингового планування характеризують не комплекс маркетингу, а чинники, що впливають на маркетингову діяльність, які необхідно враховувати навіть при розробці комплексу маркетингу. Як жартують критики, багато маркетологів, перебираючи словник англійської мови, намагаються знайти слова, що починаються на англійську «P» і звертаються до маркетингу, щоб зробити з них нові «P».

Багато хто з дослідників зауважують, що розширений зміст комплексу маркетингу вже не задовольняє визначенню цього поняття. Тради-

ційну структуру комплексу маркетингу прийнято провідними маркетологами світу. У той же час додані елементи характеризують не комплекс маркетингу, а фактори, що впливають на маркетингову діяльність.

Наприклад, такі елементи, як «Package», «Physical Evidence», «Profit» та «Public relations» є складовими частинами, піделементами комплексу маркетингу.

«Politics» не доцільно включати до переліку опорних елементів маркетингового планування, оскільки вплив на організації, що регулюють ринок, протирічить суті вільного ринку та може мати ознаки корупційних складових» [23, с. 40].

Економіка досвіду та поява «клієнтоцентричних» моделей. У 1998 році у журналі Harvard Business Review вийшла стаття Б. Пайна II і Дж. Гілмора «Ласкаво просимо до економіки досвіду» [11]. Автори цієї публікації запропонували не більше і не менше – нову економічну пропозицію – досвід (на додачу до вже двох традиційних економічних пропозицій: товару та послуг).

«Економісти зазвичай об'єднують досвід із послугами, але досвід – це окрема економічна пропозиція, яка відрізняється від послуг так само, як послуги від товарів. Сьогодні ми можемо ідентифікувати й описати цю четверту економічну пропозицію, оскільки споживачі, безсумнівно, прагнуть отримати досвід, і все більше компаній реагують на це, явно розробляючи та рекламуючи їх. У міру того, як послуги, як і попередні товари, все більше перетворюються на товар..., досвід став наступним кроком у тому, що ми називаємо прогресом економічної цінності. ... Відтепер провідні компанії – незалежно від того, продають вони споживачам чи підприємствам – побачать, що наступне конкурентне поле битви лежить у створенні досвіду» [11].

Тут одразу приходиться на думку кінофільм «Згадати все», 1996 (англ. «Total Recall») з Арнольдом Шварценеггером у головній ролі: за сюжетом його герой, побачивши рекламу компанії «Спогад» («Recall»), яка обіцяє проведення прекрасної відпустки шляхом запису в пам'ять людини на згадку про штучні спогади, вирішує здійснити подібну «подорож».

Майбутню економіку Б. Пайн II і Дж. Гілмор назвали «економікою досвіду» («Experience Economy»), а в центрі цієї економіки – споживач, оскільки саме він в умовах перенасиченості ринків буде обирати той або інший досвід. Товар або

послуга можуть бути «приємним бонусом» до досвіду (автори, наприклад, згадують досвід пасажирів, які платять за перельоти дорогими класичними авіакомпаніями саме через бажання отримати унікальний досвід), а можуть продаватися самі по собі (автори надали приклад кафе, яке на той момент відкрилося в Ізраїлі, набравши багато галасу, та яке обслуговує гостей без їжі та напоїв, але з усіма атрибутами кафе – ввічливими офіціантами, меню, посудом на столах тощо).

У своїй статті Б. Пайн II і Дж. Гілмор фактично випередили час, адже вже зараз існують ринки, на яких споживачі витрачають мільярди доларів на досвід, який вони отримують у соцмережах, метавсесвітах тощо.

Роботи Б. Пайна II і Дж. Гілмора дуже корелюють з маркетинговими концепціями, в яких, на відміну від класичних, не вже наявний товар чи послуга просуваються до споживача, а споживач вирішує, який саме досвід він хоче придбати, і прагнення цього досвіду запускає запит на ті чи інші товари та послуги.

Найбільш відомими «клієнтоцентричними» маркетинговими концепціями є «4C» (запропонована Б. Лотерборном у 1990 році), «SIVA» (запропонована К. Девом і Д. Шульцом у 2005 році), «4A» (запропонована Дж. Шетом і Р. Сісодією в 2012 році), «4E» (запропонована Б. Фетерстонхо, CEO OgilvyOne Worldwide у 2016 році).

У жодному разі не заперечуючи факт появи нової економічної пропозиції, яким є досвід (надачу до товарів і послуг), так само як і не заперечуючи факту все більш домінуючого диктату покупця, ми припускаємо, що керівництво компаній, організацій завжди бачитиме завдання продажів досвіду, товарів та послуг з позицій довгострокового планування. І завжди виникатимуть завдання на кшталт того, а як компанії швидко реагувати на зміни споживчих настроїв, як коригувати свою діяльність в умовах еластичного попиту, що швидко змінюється, як прогнозувати попит? Відповідь, вочевидь, буде значною мірою залежати від того, який саме контекст той чи інший дослідник, маркетолог організації чи співробітник комунікаційного агентства буде вкладати в ту чи іншу маркетингову концепцію.

Модель «4C». Одна з найперших «альтернативних» «не-P-концепцій», у якій фокус зміщено з продавця на споживача, була запропонована Б. Лотерборном у 1990 році [1]. Автор у ній заявив,

що «4P» – мертві» і «сучасним маркетологам необхідно вирішувати справжні проблеми».

Елементами запропонованої Б. Лотерборном моделі «4C» є:

1. «Customer needs and wants» – потреби та бажання споживача;
2. «Cost to satisfy» – витрати, які потрібні задовольнити споживача;
3. «Convenience» – зручність покупки;
4. «Communication» – комунікації, інформаційний обмін.

«Customer needs and wants» – потреби та бажання споживача. В реальному житті компанії роблять те, чого клієнти не бажають. Б. Лотерборн наводить приклади компаній, які виробляють багато продуктів, але не в змозі задовольнити мінливі потреби та бажання споживачів.

«Cost to satisfy» – витрати, які потрібні задовольнити споживача. Друге «C» – це «Cost to satisfy», призначене для заміни «Price», оскільки Б. Лотерборн заявив, що ціна не має принципового значення, оскільки задіяно багато інших факторів. Умовно кажучи, цю тезу можна визначити фразою про те, що все має свою ціну. І в певних випадках споживач готовий платити на перший погляд надмірно високу ціну за брендовий товар чи послугу, які задовольняють його за співвідношенням ціни та вартості. Тоді як за деякі товари чи послуги споживачі не готові платити стільки, скільки вони зазвичай платили раніше.

«Convenience» – зручність покупки. Б. Лотерборн зауважує, що «P» на позначення «місця» завжди було слабким, оскільки насправді йдеться про доступ до продукту, а не про місце як таке. Зручність покупки в найбільш широкому сенсі є однією з найбільш важливих складових цікавою концепцією, оскільки ми живемо в світі, який постійно працює 24/7.

«Communication» – комунікації, інформаційний обмін. Б. Лотерборн вважав термін «просування» маніпулятивним і описував його як односторонню систему, у якій комунікації просуваються від компанії до споживача. Його погляд на комунікацію полягав у тому, що це має бути діалог, двостороння комунікація між компанією та клієнтом – підхід, який розвивався разом із розвитком цифрового маркетингу. Застосовуючи це в цифровому сенсі, ми бачимо, як клієнти створюють комунікації за допомогою створеного користувачами контенту.

Очевидно, що в цій концепції як пріоритет виділяються переваги споживачів. Причому цей пріоритет діє на всіх без винятку етапах процесу виробництва та реалізації товарів чи послуг. Однак, традиційний комплекс маркетингу, що складається з «4P», так само має у пріоритеті переваги споживачів. При розробці «продукту», «ціни», «просування» та «каналів розподілу» проводяться маркетингові дослідження, вивчаються очікування споживачів. І навіть більше – розробки комплексу маркетингу враховуються як переваги споживачів, а й конкуренти, постачальники, контактні аудиторії. І, нарешті, управління споживачем просто неможливо, оскільки цей елемент не піддається прямому управлінню.

Модель «SIVA». Ця модель була запропонована К. Девом і Д. Шульцом у журналі в 2005 році [16, 18]. Це, по суті, та сама модель «4P», тільки зі «зворотного» боку – ніби очима покупця. У цій моделі кожному з елементів класичної формули «4P» ставиться у відповідність елемент моделі «SIVA»:

- продукт – рішення (Solution);
- просування – інформація (Information);
- ціна – цінність (Value);
- дистрибуція – доступність (Access).

Чотири елементи моделі SIVA складають:

«Рішення» («Solution»): наскільки відповідає запропоноване рішення питанню задоволення потреб покупців.

«Інформація» («Information»): чи знають покупці про рішення, і якщо так, від кого вони дізнаються інформацію, достатню, щоб ухвалити рішення про покупку.

«Цінність» («Value»): чи знає покупець про цінність операції, яких витрат він зазнає, які вигоди має, чим він може пожертвувати, якою буде його винагорода.

«Доступність» («Access»): наскільки легко споживач може отримати товар чи послугу, наскільки для нього це просто, зокрема й у географічному розумінні.

Модель «4A». Модель «4A» була запропонована професором Дж. Шетом і доктором Р. Сісодією на основі маркетингової системи, яку довгий час використовувала на практиці компанія The Coca-Cola Company [17]. Ця модель є клієнтоорієнтованою та базується на чотирьох елементах, які є найбільш важливими для задоволення споживачів. Автори моделі «4A» відзначають, що

вона фактично доповнює модель «4P» зі «зворотного» боку.

Модель «4A» складається з таких опорних елементів маркетингового планування: «Acceptability» (прийнятність), «Affordability» (доступність), «Accessibility» (наявність), «Awareness» (обізнаність).

Прийнятність («acceptability») – ступінь прийнятності чогось. Наприклад, продукт може бути прийнятним для більшості людей за розумної ціни.

Можливість дозволити собі придбання («affordability») – здатність людини придбати певний товар чи послугу, з огляду на економічні та психологічні аспекти.

Наявність («accessibility») – це можливість отримувати або мати доступ до продуктів і послуг. Наприклад, товар може вважатися наявним, якщо він широко представлений на ринку і його легко придбати.

Обізнаність («awareness») означає ступінь знання споживачів про товар. Наприклад, споживачі будуть знати про товар, якщо він отримує широке висвітлення в медіа, в соціальних мережах.

Модель «4E». Запропонована CEO OgilvyOne Worldwide Б. Фетерстонхо у 2016 році концепція «4E» стає все більш розповсюдженою в США та на інших розвинених ринках. Ця модель концептуально ґрунтується на результатах досліджень Б. Пайна II і Дж. Гілмора [11]. Її популярності та швидкому розповсюдженню сприяє той факт, що її було запропоновано авторитетним практиком та перевірено на практиці в роботі найбільш глобального комунікаційного агентства в світі.

У цій моделі Б. Фетерстонхо запропонував таку трансформацію [5]:

- «Product» → «Experience» (від «продукту» до «досвіду»);
- «Place» → «Everyplace» (від «місця» до «всюди»);
- «Price» → «Exchange» (від «ціни» до «обміну»);
- «Promotion» → «Evangelism+Engagement» (від «просування» до «євангелізму та залучення»).

Нижче пропонуємо ознайомитися зі стислим викладом основних позицій концепції Б. Фетерстонхо [5].

Під «досвідом» («Experience») мається на увазі загальний досвід клієнта; розуміння шляху, який проходить клієнт, починаючи з першого моменту знайомства з брендом і закінчуючи покупкою товару, і також після. Уся справа в створенні ста-



більно приємного досвіду для клієнтів; викликаючи емоційний зв'язок, який запам'ятовується як до покупки, так і після неї. Це, зокрема, стосується e-commerce та покупок за допомогою мобільних телефонів. Так, у сучасних умовах бренд, який зосереджується на звичайних магазинах і не оптимізує свій цифровий досвід, втратить перевагу.

«Всюдимісце» («Everyplace») за Б. Фетерстонхо – це здатність брендів бути доступними у потрібний час і в правильний спосіб для своїх клієнтів у тих місцях і на тих платформах, де вони проводять більшу частину часу.

Реалізація стратегії Everyplace є повністю багатоканальною і потребує певного планування. Наприклад, 30 років тому, якщо бренд хотів орієнтуватися на 15–25-річних, він міг купити велику частину телевізійної реклами в прайм-тайм під час показу популярної підліткової драми. Однак сьогодні такого «цільового раю» просто не існує. Натомість цю демографічну групу можна знайти в основному на платформах соціальних мереж. Утім, лише соціальних медіа не достатньо. Сучасним компаніям і брендам необхідно освоїти багатоканальний підхід, який поєднує в собі як онлайн, так і офлайн тактики, і вони мусять дивувати та захоплювати. Тільки так можна привернути увагу своїх сучасних споживачів.

Говорячи про «обмін» («Exchange»), Б. Фетерстонхо має на увазі перш за все складні моделі ціноутворення та відсутність фіксованих цін (особливо це простежується на маркетплейсах). Завданням продавця тепер є не продати товар чи послугу один раз, а зробити клієнта клієнтом на все життя.

Чудовим прикладом «Exchange» на практиці є модель, запроваджена багатьма компаніями SaaS (програмне забезпечення як послуга). Змагаючись за увагу на переповненому ринку, багато хто з сервісних ІТ-компаній пропонує послугу «Freemium» (опція безкоштовного користування преміум-версією) як спосіб привернути увагу клієнтів, продемонструвати свою цінність, а потім підключити цю важливу покупку на довгостроковій основі.

Послуги Freemium поділяють нових клієнтів на 2 рівні: безкоштовні та преміум. Користувачі безкоштовного рівня мають доступ до обмеженої версії сервісу на короткий час. Мета тут полягає в тому, щоб просувати клієнтів уздовж воронки продажів після демонстрації реальної цінності з очікуван-

ням, що це перетвориться на довічну лояльність до бренду та покращить загальний досвід.

«Евангелізм та залучення» приходить на зміну «просуванню». Під евангелізмом мається на увазі поширення інформації про продукт, послугу, досвід, задоволений споживач стає «проповідником», він максимально залучається до «проповідування» бренду.

Саме тому найбільш активних прихильників брендів зараз часто прийнято називати евангелістами (це особливо стосується сервісних ІТ-компаній) або амбасадорами бренду. Це явище ще прийнято називати «сарафанне радіо» («WOM» – «word of mouth»).

Б. Фетерстонхо наголошує на тому, що просування завжди було важливою частиною моделі «4P». Але справа в тому, що зосередження виключно на зовнішній маркетинговій тактиці створює стратегію, орієнтовану на продукт. Шлях клієнта не закінчується в місці покупки. За Б. Фетерстонхо навіть найпростіші продукти, якщо вони подобаються покупцям, рекомендуються друзям і родині, в результаті люди стають «евангелістами».

В епоху соцмереж явище WOM отримало нове дихання. Клієнти, які активно користуються соціальними медіа, форумами тощо, стали головними критиками брендів, вони мають владу підняти або поховати бізнес одним твітом! Коронаю в перліні евангелізації є контент, створений користувачами («UGC – users generated content»).

### Висновки

Теоретична база визначення та практична складова концепцій інтегрованих маркетингових комунікацій (комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій) перебуває в процесі постійних змін і вдосконалення. Час від часу з'являються нові концепції, що лише підтверджує важливість і актуальність питання. Ставлячись з повагою до прихильників інших концепцій, нами теоретично обґрунтовано доцільність використання концепції «5P» («Product», «Price», «Place», «Promotion», «People»).

Пріоритетними напрямками подальших наукових розвідок вважаємо продовження емпіричних досліджень (зокрема, концепції «5P» відповідно до сучасних умов), відстеження нових праць (зокрема, іноземних авторів), а також дослідження процесів інтеграції всередині комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій.

**Список використаних джерел**

1. Beebe M. Introducing the 4C Marketing Model and why you should follow it. 25.10.2019 <https://stevens-tate.com/articles/introducing-the-4c-marketing-model-and-why-you-should-follow-it> (дата звернення: 10.04.2023).
2. Booms B.H., Bitner M.J. 7Ps of Marketing: Summary of the Extended Marketing Mix by Booms and Bitner. Abstract. [https://www.valuebasedmanagement.net/methods\\_booms\\_bitner\\_7Ps.html](https://www.valuebasedmanagement.net/methods_booms_bitner_7Ps.html) (дата звернення: 10.04.2023).
3. Borden N.H. (1965), The Concept of the Marketing Mix, in Schwartz, G. Science in Marketing, John Wiley & Sons, New York. PP. 386–397.
4. Caywood C. L. The handbook of strategic public relations and integrated communications. NY.: McGraw Hill, 1997. 904 p.
5. Daly D. Experiential Marketing: 4 Es to Future-proof Your Strategy. 18.05.2020 <https://blog.hurree.co/experiential-marketing-4-es> (дата звернення: 10.04.2023).
6. Kotler P., Wong V., Saunders J., Armstrong G. Principles of Marketing. 4th European Edition. Harlow: Pearson Education, 2005. 989 p.
7. Kotler, P. Marketing Management. Englewood Cliffs–New Jersey: Prentice Hall (2E Ed), 1967.
8. Larry Steven Londre's 9 P's Of Marketing. 08.08.2017 <http://2guyzonmarketing.com/larry-steven-londres-9-ps-of-marketing/#:~:text=His%209p's%20of%20Marketing%20were,Promotion%2C%20Place%2C%20and%20Price.> (дата звернення: 10.04.2023).
9. Lauterborn B. New marketing litany. Four P's passe. C-words take over. Advertising Age. Crain Communications, Inc. October 1, 1990. P. 26.
10. McCarthy E.J. (1964), Basic Marketing, Richard D. Irwin, Homewood, IL. 1964.
11. Pine II B.J., Gilmore J.H. Welcome to the Experience Economy. From the Magazine (July–August 1998) // Harvard Business Review. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (дата звернення: 10.04.2023).
12. 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.
13. Schultz, D.E., Tannenbaum, S.I., Lauterborn, R.F. The New Marketing Paradigm: Integrated Marketing Communications. NY.: McGraw Hill, 1996. 240 p.
14. Scollans C. The 12Ps of Marketing Technology. <https://www.ce-strategy.com/2020/09/the-12ps-of-marketing-technology> (дата звернення: 10.04.2023).
15. Sheth J., Sisodia R. The 4 A's of Marketing: Creating Value for Customer, Company and Society. Routledge. 2011.
16. SIVA – The new marketing mix. <https://mvm.com.au/siva-the-new-marketing-mix> (дата звернення: 10.04.2023).
17. The 4 A model of Marketing. 20.08.2022 <https://www.onlinemanipal.com/blogs/4-as-of-marketing> (дата звернення: 10.04.2023).
18. What is SIVA Marketing Model? <https://www.tutorialspoint.com/what-is-siva-model-of-marketing> (дата звернення: 10.04.2023).
19. Васильченко Л.С. Сутність та сучасні тенденції розвитку маркетингових комунікацій підприємства. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 48–2. С. 27–30.
20. Васильченко Л.С. Розвиток інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства: принципи та фактори. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2019. № 6.1–1 (56). С. 143–147.
21. Дубовик Т.В. Управління інтегрованими інтернет-маркетинговими комунікаціями підприємств торгівлі. Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня докт. екон. наук. Київ, 2015. 40 с.
22. Ільченко Т.В., Помазан Л.М. Маркетингова комунікаційна політика: сутність та особливості на промисловому підприємстві. Економіка та суспільство. 2022. № 43. С. 122–128.
23. Марциновський В.В. Актуалізація підходів у дослідженні «комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій». Формування ринкових відносин в Україні. 2023. №2. С. 37–44.
24. Марциновський В.В. Інтегровані маркетингові комунікації: історія розвитку. Формування ринкових відносин в Україні. 2023. №3. С. 80–88.
25. Романенко О.О. Сутність та процес формування інтегрованих маркетингових комунікацій. The Economic Messenger of the NMU. 2010. № 1. С. 112–119.
26. Сова В.В. Інформаційне забезпечення інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств торгівлі. Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд екон. наук. Київ, 2014. 24 с.
27. 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.
28. Чубукова О.Ю., Марциновський В.В. Інтегровані маркетингові комунікації: актуальні питання теорії. Формування ринкових відносин в Україні. 2019. № 6. С. 62–72

29. Шкурупська І.О. Інтегровані маркетингові комунікації підприємств на ринку геліоенергетичного об'єднання. Автореф. дис. на здоб. наук. ступеня канд. екон. наук. Одеса, 2014. 20 с.

### References

1. Beebe M. Introducing the 4C Marketing Model and why you should follow it. 25.10.2019 <https://stevens-tate.com/articles/introducing-the-4c-marketing-model-and-why-you-should-follow-it> (data zvernennia: 10.04.2023).
2. Booms B.H., Bitner M.J. 7Ps of Marketing: Summary of the Extended Marketing Mix by Booms and Bitner. Abstract. [https://www.valuebasedmanagement.net/methods\\_booms\\_bitner\\_7Ps.html](https://www.valuebasedmanagement.net/methods_booms_bitner_7Ps.html) (data zvernennia: 10.04.2023).
3. Borden N.H. (1965), The Concept of the Marketing Mix, in Schwartz, G. Science in Marketing, John Wiley & Sons, New York. PP. 386–397.
4. Caywood C. L. The handbook of strategic public relations and integrated communications. NY.: McGraw Hill, 1997. 904 p.
5. Daly D. Experiential Marketing: 4 Es to Future-proof Your Strategy. 18.05.2020 <https://blog.hurree.co/experiential-marketing-4-es> (data zvernennia: 10.04.2023).
6. Kotler P., Wong V., Saunders J., Armstrong G. Principles of Marketing. 4th European Edition. Harlow: Pearson Education, 2005. 989 p.
7. Kotler, P. Marketing Management. Englewood Cliffs–New Jersey: Prentice Hall (2E Ed), 1967.
8. Larry Steven Londre's 9 P's Of Marketing. 08.08.2017 <http://2guyzonmarketing.com/larry-steven-londres-9-ps-of-marketing/#:~:text=His%209p's%20of%20Marketing%20were,Promotion%2C%20Place%2C%20and%20Price.> (data zvernennia: 10.04.2023).
9. Lauterborn B. New marketing litany. Four P's passe. C-words take over. Advertising Age. Crain Communications, Inc. October 1, 1990. P. 26.
10. McCarthy E.J. (1964), Basic Marketing, Richard D. Irwin, Homewood, IL. 1964.
11. Pine II B.J., Gilmore J.H. Welcome to the Experience Economy. From the Magazine (July–August 1998) // Harvard Business Review. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (data zvernennia: 10.04.2023).
12. 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.
13. Schultz, D.E., Tannenbaum, S.I., Lauterborn, R.F. The New Marketing Paradigm: Integrated Marketing Communications. NY.: McGraw Hill, 1996. 240 p.
14. Scollans C. The 12Ps of Marketing Technology. <https://www.ce-strategy.com/2020/09/the-12ps-of-marketing-technology> (data zvernennia: 10.04.2023).
15. Sheth J., Sisodia R. The 4 A's of Marketing: Creating Value for Customer, Company and Society. Routledge. 2011.
16. SIVA – The new marketing mix. <https://mvmm.com.au/siva-the-new-marketing-mix> (data zvernennia: 10.04.2023).
17. The 4 A model of Marketing. 20.08.2022 <https://www.onlinemanipal.com/blogs/4-as-of-marketing> (data zvernennia: 10.04.2023).
18. What is SIVA Marketing Model? <https://www.tutorialspoint.com/what-is-siva-model-of-marketing> (data zvernennia: 10.04.2023).
19. Vasylychenko L.S. Sutnist ta suchasni tendentsii rozvytku marketynhovykh komunikatsii pidpryemstva. Prychornomorski ekonomichni studii. 2019. Vyp. 48–2. S. 27–30.
20. Vasylychenko L.S. Rozvytok intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii pidpryemstva: pryntsypy ta faktory. Naukovo-vyrobnychi zhurnal «Biznes-navihator». 2019. № 6.1–1 (56). S. 143–147.
21. Dubovyk T.V. Upravlinnia intehrovanymy internet-marketynhovymy komunikatsiiamy pidpryemstv torhivli. Avtoref. dys. na zdob. nauk. stupenia dokt. ekon. nauk. Kyiv, 2015. 40 s.
22. Ilchenko T.V., Pomazan L.M. Marketynhova komunikatsiina polityka: sutnist ta osoblyvosti na promyslovomu pidpryemstvi. Ekonomika ta suspilstvo. 2022. № 43. S. 122–128.
23. Martsynovskyi V.V. Aktualizatsiia pidkhodiv u doslidzhenni «kompleksu intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii». Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2023. №2. S. 37–44.
24. Martsynovskyi V.V. Intehrovani marketynhovi komunikatsii: istoriia rozvytku. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2023. №3. S. 80–88.
25. Romanenko O.O. Sutnist ta protses formuvannia intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii. The Economic Messenger of the NMU. 2010. № 1. S. 112–119.
26. Sova V.V. Informatsiine zabezpechennia intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii pidpryemstv torhivli. Avtoref. dys. na zdob. nauk. stupenia kand ekon. nauk. Kyiv, 2014. 24 s.

27. Terentieva N.V., Pavelchuk Ye.O. Intehrovani marketynhovi komunikatsii yak chynnyk efektyvnoho rozvytku pidpriumstva. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 2021, № 6, Tom 1. S. 249–252.

28. Chubukova O.Yu., Martsynovskyi V.V. Intehrovani marketynhovi komunikatsii: aktualni pytannia teorii. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. 2019. № 6. S. 62–72

29. Shkurupska I.O. Intehrovani marketynhovi komuni-katsii pidpriumstv na rynku helioenerhetychnoho obladnannia. 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

# ЗМІСТ

---

## **Макроекономічні аспекти сучасної економіки**

ЧЕРНИШОВ М. О. Актуальність фінансової безпеки банківської системи України в умовах сталого розвитку.....	5
БОЦМАН Ю. О., ІВАСІВ І. Б. Особливості розвитку ринку державних цінних паперів .....	12

## **Інноваційно-інвестиційна політика**

КРАСНОЖОН С. В., ІВАНОВ В. Є. Суверенні фонди як альтернатива корпоративного інвестування .....	18
---	----

## **Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності**

МАРТИНЕНКО В. П., МАКАЛЮК І. В. Запобігання банкрутства промислових підприємств у нестійкому ринковому середовищі .....	23
КОЛОДІЙЧУК А. В. Структурні та якісні особливості розвитку ІКТ-підприємництва в Україні .....	30
ПЛАХОТНІКОВА Л. О. Маркетингове дослідження кон'юнктури світового ринку молока та молочної продукції .....	36
МОЛНАР О. С., МІЦА В. В., ТИХОНОВ В. О. Оцінка ефективності стратегічного маркетингового управління збутом підприємств .....	46
СТЕПАСЮК Л. М. Перспективи вирощування нуту в Україні .....	51
АНТКІВ В.В. Ресурсне забезпечення банківського кредитування нефінансових корпорацій в умовах економічної нестабільності .....	57
ЯЦКО М. В., СТРОГУШ О. М., ЧЕГІЛЬ А. В. Участь облікової і фінансової служб у процесі розробки і впровадження корпоративної інформаційної системи стратегічного управління підприємством .....	66

## **Розвиток регіональної економіки**

БАТАЖОК С. Г. Еко-індустріальні парки як інструмент регіональних стратегій розвитку.....	71
МАРЦИНОВСЬКИЙ В.В. Огляд найбільш поширених концепцій інтегрованих маркетингових комунікацій .....	82

# CONTENT

---

## **Macro-economic aspects of modern economy**

CHERNYSHOV M. O. The relevance of financial security of the banking system of Ukraine in the conditions of sustainable development.....	5
BOTSMAN Yu. O., IVASIV I. B. Features of the development of the government securities market.....	12

## **Innovation and investment policy**

KRASNOZHON S. V., IVANOV V. E. Sovereign wealth funds as an alternative to corporate investment .....	18
---	----

## **Economic problems of development of branches and types of economic activity**

MARTYNENKO V. P., MAKALIUK I. V. Prevention of bankruptcy of industrial enterprises in an unstable market environment.....	23
KOLODIYCHUK A. V. Structural and qualitative features of ict entrepreneurship development in Ukraine .....	30
PLAKHOTNIKOVA L. O. Marketing research of the world market situation milk and dairy products .....	36
MOLNAR O. S., MITSA V. V., TYKHONOV V. O. Evaluation of the effectiveness of strategic marketing management of enterprise sales.....	46
STEPASYUK L. M. Prospects of growing chickpea in Ukraine.....	51
ANTKIV V.V. Resource security of bank lending of non-financial corporations in conditions of economic instability .....	57
YATSKO M. V., STROHUSH O. M., CHEHIL A. V. Participation of accounting and financial services in the process of development and implementation of the corporate information system of strategic enterprise management.....	66

## **Development of a regional economic**

BATAZHOK S. G. Eco-industrial parks as a tool of regional development strategies.....	71
MARTSYNOVSKIY V.V. Overview of the most common concepts of integrated marketing communications.....	82

# 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](mailto: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](mailto:zbornik@ukr.net)

Editorial team



**Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки**

# **ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ**

**Збірник наукових праць**

**№5 (264) 2023 р.**

**Періодичність – щомісячник**

Головний редактор Студінська Г.Я.  
Комп'ютерна верстка та дизайн Сердюк В.Л.

Підписано до друку 30.05.2023 р.  
Формат 60x84 1/8. Папір офсетний  
Ум. друк. аркушів 11,39.  
Гарнітура Еurore. 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](mailto:zbornik@ukr.net)

**State Research Institute of Informatization and Economic Modeling**

# **MARKET RELATIONS DEVELOPMENT IN UKRAINE**

**Collection of scientific works**

**No.5 (264) 2023**

**Frequency – monthly**

Editor-in-Chief G. Studinska  
Computer design and design V.Serdyuk

Signed for printing on 30.05.2023.  
Format 60\*84. 1/8. Paper offset  
Conditional Printed Sheets 11,39.  
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](mailto:zbornik@ukr.net)