

Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

**Збірник наукових праць
№6 (277)**

Київ 2024

**Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць
Вип. 6 (277). – К., 2024. – 98 с.**

Рекомендовано Вченою радою ДНДІМЕ

Протокол №6 від 28.06.2024 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
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

АГНЄШКА ДЗЮБІНСЬКА, доктор філософії, Економічний університет м. Катовіце, Польща, професор кафедри менеджменту підприємства
АДАМ САМБОРСЬКИЙ, доктор філософії, Економічний університет м. Катовіце Польща, кафедра менеджменту підприємства
ВІРГІНІЯ ЮРЕНІСНЕ, 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.

Індексування 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, 2024. Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації Серія КВ 22545–12445ГПР від 20.02.2017 року

© Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, 2024

State Scientific Research Institute of Informatization and Economic Modeling

MARKET RELATIONS DEVELOPMENT IN UKRAINE

**Collection of scientific works
№6 (277)**

Kyiv 2024

**Market Relations Development in Ukraine: Collection of scientific works
Volume 6 (277). K., 2024. – 98 p.**

Recommended by the Academic Council SSRIEM
Protocol No. 6 dated June 28, 2024

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
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, 2024. 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, 2024

МАКРОЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 346.1:336.76

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764625>

ПЕТУХОВА О. М.

ЕШ С. М.

Моделі біржового аналізу на ринках капіталу

Предметом дослідження є комплексне оцінювання моделей біржового аналізу на сучасних ринках капіталу, здійснення їх порівняльної характеристики.

Метою дослідження є визначення сутності та змісту моделей біржового аналізу, який допомагає господарюючим суб'єктам, що діють на ринках капіталу, визначити тенденції їх розвитку та місце на ринку чи у сфері бізнесу.

Методи дослідження. При написанні статті використовувалися методи порівняння, загальнонаукові та методи узагальнення даних, а також спеціальні методи дослідження щодо визначення сутності моделей біржового аналізу на ринках капіталу.

Результати роботи. У статті висвітлена сутність та зміст моделей біржового аналізу на сучасних ринках капіталу України. Аналіз на біржовому ринку використовується як базове поняття, яке допомагає спрогнозувати, запланувати, дослідити процеси, які характеризують розвиток суб'єктів ринку, визначити стратегії їх розвитку, допомогти прийняти краще управлінське рішення. Визначено види моделей біржового аналізу на ринках капіталу, обґрунтовано їх особливості. Узагальнено об'єкт, предмет та завдання біржового аналізу, охарактеризовано їх сутність. Обґрунтовано методи біржового аналізу, визначено їх сутність і значення. Надано порівняльну характеристику технічного і фундаментального аналізу, визначено їх переваги і недоліки. Запропоновано конкретні джерела інформації для проведення аналізу біржової діяльності.

Галузь застосування результатів. Біржовий ринок, ринки капіталу, інвестування, викладацька діяльність.

Висновки. Узагальнено порівняльну характеристику ретроспективного і перспективного аналізу, визначено їх особливості при виборі моделі розвитку вітчизняного біржового ринку. Серед методів біржового аналізу особливе місце належить економіко-математичним, основні види яких узагальнено, надається характеристика, визначається значення кожного із них.

Ключові слова: види аналізу, моделі біржового аналізу, біржовий ринок, ринки капіталу.

Models of stock analysis in capital markets

The subject of the study is a comprehensive assessment of stock analysis models on current capital markets, determining their comparative characteristics.

The purpose of the study is to determine the essence and content of stock exchange analysis models, which helps business entities that operate in capital markets to determine their development trends and place in the market or in business

Research methods. When writing the article, comparison methods, scientific and data generalization methods, as well as special research methods were used that help determine the essence of stock market analysis models in capital markets.

Work results. The article highlights the essence and content of stock exchange analysis models in modern capital markets of Ukraine. Analysis of the stock market is considered as a basic concept that helps to predict, plan, and monitor processes that characterize the development of market subjects, identify strategies and their development, help make better management decisions. The types of models of stock market analysis in capital markets are identified, and their features are outlined. The object, the subject and the task of exchange analysis are identified, their essence is characterized. The methods of stock analysis were examined, their essence and significance were determined. A comparative description of technical and fundamental analysis is proposed, their advantages and disadvantages are identified. Specific sources of information for analysis of exchange activities are proposed.

Field of application of results. Stock market, capital markets, investment, teaching activities.

Conclusions. The comparative characteristics of retrospective and prospective analysis are generalized, their features are determined when choosing a development model for the domestic exchange market. Among the methods of stock analysis, a special place belongs to economic and mathematical ones, the main types are specified, characteristics are given, and the significance of the skin of them is determined.

Keywords: types of analysis, stock analysis models, stock market, capital markets.

Постановка проблеми. У сучасних економічних словниках категорія «аналіз» переважно трактується як метод наукового дослідження (пізнання) явищ і процесів, які є складовими елементами чи частинами системи, що вивчається. В економічній сфері переважно розрізняють два види аналізу: макроекономічний і мікроекономічний. Макроекономічний охоплює економіку держави, її галузей, а також світову економіку. Мікроекономічний аналіз поширюється на окремі об'єкти та процеси і проводиться у формі аналізу фінансово-господарської діяльності господарюючих суб'єктів, якими є підприємства, компанії, фірми, біржі тощо та їх інфраструктурні елементи. Аналіз біржової діяльності є формою мікроекономічного аналізу біржового ринку. Така форма аналізу з'явилась у ХІХ ст. як комерційна арифметика, основні складові якої використовуються і нині: обчислення курсу акцій, відсоткові та абсолютні розрахунки дивідендів за цінними паперами, вексельні обчислення, розрахунок біржових індек-

сів тощо. З розвитком ринкової економіки комерційна арифметика почала використовуватися у сфері фінансового менеджменту біржової діяльності, де зайняла нішу фінансового аналізу, основу якого нині складає фінансова звітність біржових інститутів: депозитаріїв, клірингових установ, бірж, компаній з управління активами та інших. У біржовій діяльності фінансовий аналіз включає ретроспективне дослідження і перспективний аналіз, має свій об'єкт, предмет та завдання. Біржовий ринок потребує постійного дослідження, аналітичного вивчення, проведення щоденного аналізу оскільки, згідно з теорією систем, є надскладною економічною структурою. Сучасну біржову торгівлю характеризує швидкий процес укладання угод, який сприяє зростанню значимості прогнозування моделей біржової діяльності на ринках капіталу, що ґрунтується на результатах аналізу цих моделей. З огляду на це, дослідження питань, пов'язаних із моделями біржового аналізу в Україні, є надзвичайно актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Стосовно біржового аналізу, пов'язаного з біржовим ринком, моделі в адаптованому варіанті використовувалися у дослідженнях таких вчених, як Карпіщенко О.О. [1], розкриває сутність інтернет-торгівлі як методу залучення клієнтів до біржових торгів; Сатир Л.М., Шевченко А.О., Новікова В.В [2] – дають визначення бізнес-аналізу, як процесу із чіткими цілями та критеріями успішної роботи бізнес-аналітиків на фондовому ринку; Лутай Л.А., Козицька Г.В. [3] – використовують фундаментальний та інтуїтивний аналіз біржових цін для розроблення моделі вибору стратегії поведінки фінансових інструментів; Сохацька О.М. [4], яка досліджує біржовий ринок більше 20 років, підготувала ряд статей, у яких аналізує базові фактори, що впливають на процес ціноутворення на ф'ючерсні контракти, а також навчальних посібників і підручників, які розкривають зміст основних методів біржового аналізу. Серед зарубіжних вчених, які внесли значний вклад у розвиток теоретичних основ аналізу біржових ринків, слід відмітити В. Грема [5], який досліджував інструменти для стратегій біржових цін на акції; Коттл С. і Мюррей Р [6] – визначили методи аналізу цінних паперів протягом 90-х років минулого століття. Значення цих робіт підтверджує, що моделі біржового аналізу займають значну нішу на сучасному етапі дослідження біржового ринку і що назріла необхідність подальшого удосконалення теоретичних і практичних засад аналізу та прогнозування нових моделей, які будуть використовуватися на ринках капіталу.

Вклад основного матеріалу. Біржовий ринок є ринком із найвищим рівнем організації торгівлі, на якому досліджуються попит і пропозиція на базові активи (цінні папери, валюту, золото, продукцію тощо) і їх деривативи (ф'ючерси, форварди, опціони, свопи та похідні від них). Це ринок з постійними якісними та кількісними змінами в структурі біржових послуг, які надають біржі, депозитарії, клірингові установи, саморегулювні організації та інші структури, важливим завданням яких є правильний вибір моделей аналізу їх біржової діяльності, що забезпечить їм успіх.

В економіці досліджують моделі управління грошовими потоками, моделі економічного зростання та інші, які допомагають визначити раціональну структуру використання ресурсів, обґрунтувати зміни за певний період часу економічних показ-

ників, що характеризують розвиток. Формування моделі або моделювання є засобом аналізу економічних процесів, які допомагають прийняти правильні рішення, спланувати, обґрунтувати стратегії. Основою будь-якої моделі є ретроспективний і перспективний аналіз, який підтверджується реальними статистичними даними, розрахунками, що проводяться у межах побудованої моделі. Ретроспективний аналіз досліджує тенденції розвитку вітчизняного біржового ринку, характерні для 90-х років минулого століття і особливості розвитку ринку початку 2000-х років. Характерними особливостями ретроспективного аналізу визначеного періоду розвитку вітчизняного біржового ринку є наступні:

– поява і втілення в практичну діяльність нових категорій біржової сфери: валюти, цінних паперів, бірж, депозитаріїв, клірингу, андеррайтингу тощо. Розпочинається період становлення вітчизняного біржового ринку, де основна роль належить банкам, які започатковують створення товарних бірж, на яких укладаються угоди не тільки з продукцією, але і з цінними паперами, валютою, золотом;

– згідно з міжнародними стандартами формується інфраструктура біржового ринку, основним елементом якої є інституційний. У середині 90-х років відповідно до принципу «цілісність», який запропонувала Група 30 для країн, що створюють національні фондові ринки, в Україні на біржовому ринку були створені Національний депозитарій (нині Центральний депозитарій), Національна фондова біржа і кліринговий банк, які і до нині виконують функції внутрішніх регуляторів біржової діяльності. Також постійно збільшується частка інституційних учасників на ринку: інвестиційних компаній і фірм, депозитаріїв, організаторів торгівлі біржовими товарами та фінансовими інструментами, торговельно-інформаційних систем, андеррайтингових і консалтингових фірм, інститутів спільного інвестування тощо, діяльність яких потребує співставлення, узагальнення, визначення пріоритетів розвитку, що втілюється у моделі їх аналізу і розвитку;

– глибше проявляються процеси входження вітчизняного біржового ринку у міжнародний простір. Процес інтеграції вітчизняного ринку у міжнародний ринок пов'язаний з такими процесами як розвиток новітніх технологій, що забезпечує високу ефективність інформаційної інфраструктури ринку та системи розрахунків між учасниками; концентрація діяльності учасників ринку

у світових фінансових центрах – нині Україна є членом МВФ, Групи 30, Міжнародної організації комісій з цінних паперів (IOSCO), Форуму Європейських комісій з цінних паперів (FESCO) та інших, які є регуляторами світових ринків капіталу;

– формується законодавча база, початковим етапом якої було прийняття Законів України «Про цінні папери та фондову біржу», «Про товарну біржу», «Про акціонерні товариства» та інші, що є особливо важливою складовою процесу становлення біржової діяльності у 90–ті роки ХХ ст. Вітчизняна законодавча база постійно удосконалюється, приймаються закони, які відповідають міжнародним стандартам, що забезпечує проникненню учасників вітчизняного ринку на біржові ринки розвинутих країн. З 1 липня 2021 року біржова діяльність в Україні розвивається відповідно до Законів «Про ринки капіталу та організовані товарні ринки» і «Про товарні біржі» [7], які забезпечують входження національних біржових інститутів до світового співтовариства. Вихід на світовий біржовий ринок мають українські фондові біржі: ПФТС, «Перспектива», Українська фондова біржа, а також інвестиційні компанії, наприклад, Фрідом Фінанс Україна, яка уже більше 20 років працює на вітчизняному біржовому ринку і нині входить в ТОП 5 найпривабливіших інвестиційних компаній України, є частиною потужного холдингу Freedom Holding Corp, акції якого лістингуються на біржах США [8].

Перспективний аналіз біржової діяльності є прогностичним фінансовим аналізом, що стосується дослідження майбутніх процесів розвитку суб'єктів біржового ринку, які пов'язані з:

– організаційно-правовими формами господарювання, що існують в умовах ринкової економіки. В Україні згідно з законами [7] переважна більшість господарюючих суб'єктів (бірж, депозитарних і клірингових установ, компаній з управління активами, інститутів спільного інвестування тощо) біржової діяльності створюється у формі акціонерних товариств, товариств з додатковою відповідальністю і товариств з обмеженою відповідальністю – саме ці організаційно-правові форми господарювання сприяють кращому обігу цінних паперів, визначенню критеріїв відповідальності, гарантуванню угод;

– методами оцінювання та прогнозування фінансового стану суб'єктів ринку, що використовуються на основі їх фінансової звітності. Важ-

лива роль належить стратегічному плануванню, яке передбачає визначення стратегічної мети розвитку і відповідних дій для її досягнення. Серед методів оцінювання можна використати метод аналітичного дослідження – SWOT-аналіз, який допоможе розробити стратегію розвитку із врахуванням сильних і слабких сторін біржового інституту, їх можливостей (фактори зовнішнього середовища, що забезпечують їх успіх) і загроз (фактори, що шкодять їх розвитку);

– інформаційною системою, яка формує інфраструктуру ринків капіталу, визначає зміст аналізу біржової діяльності, результативність управління, що забезпечить життєдіяльність господарюючих суб'єктів біржового ринку у майбутньому;

– фінансовою політикою та зростанням обсягу укладених угод, їх вартістю. Фінансова політика біржових інститутів в перспективному аналізі біржової діяльності пов'язана із багатьма факторами: з ціноутворенням на сировину, капітал, цінні папери, валюту; з хеджуванням (керуванням ризиками при зміні цін та курсів валют); з інформаційною та стабілізаційною функціями (за допомогою інформації, яка розміщена на біржі, завбачливий підприємець може прогнозувати ціну на товар чи фінансовий інструмент, який його цікавить та стежити за динамікою її змін).

Будь-яка модель біржового аналізу пов'язана із певним методом (індукції, експертного, економіко-математичного та статистичного аналізу тощо) або їх сукупністю. Важливе значення серед методів аналізу біржової діяльності належить економіко-математичним моделям, які застосовуються на всіх рівнях управління, допомагають провести аналіз біржових процесів і прийняти найкраще управлінське рішення. Найбільш поширені моделі узагальнені і представлені в таблиці 1.

Крім визначених моделей, що узагальнені в таблиці 1, традиційна практика аналізу біржової діяльності передбачає використання прийомів аналізу, які поширені у фінансовій діяльності господарюючих суб'єктів біржового ринку – це горизонтальний і вертикальний аналіз, коли порівнюється кожна позиція звітності з попереднім періодом і визначається структура показників з метою оцінювання впливу різних факторів на кінцевий результат, трендовий аналіз, в основі якого закладений метод екстраполяції – визначення майбутніх, очікуваних значень економічних показників на основі їх нинішніх даних із врахуванням змін цих показни-

Таблиця 1. Характеристика моделей аналізу біржової діяльності

Назва моделей	Характеристика моделі	Значення
Дескриптивні (описові)	моделі описового характеру, основу складають дані фінансової звітності біржових інститутів	застосовуються у різноманітних аналітичних розрізах: описують активи, зобов'язання, власний капітал, доходи, витрати
Предикативні	моделі, які використовуються для прогнозування показників діяльності	використовуються для розрахунку біржового курсу, розробки перспективної динаміки укладення угод, прогнозування ринкової ціни біржового активу
Нормативні	модель, в основі якої чітко визначений порядок здійснення дій, порядок організації справи, що документально підтверджено	використовуються при визначенні розміру початкової маржі, при формуванні лотів, встановлення граничних цінових меж на біржові активи під час проведення торгової сесії
Детерміновані	ґрунтуються на застосуванні факторних моделей, які враховують можливі взаємозв'язки і закономірності розвитку	основна увага зосереджена на кількісному оцінюванні впливу окремих факторів на зміну результативного показника за допомогою методів абсолютних і відносних різниць, ланцюгових підставок, пропорційного розподілу, інтегрального та індексного методів та інших
Моделі ЛІФО	метод розрахунку вартості цінних паперів, які продають інвестиційні фірми	при використанні ЛІФО розрахункова вартість цінних паперів, що передбачені для продажу визначається відповідно до розрахункової вартості останніх куплених аналогічних цінних паперів
ДЕЛЬФІ (експертні)	модель швидкого пошуку рішень, які приймають експерти біржового ринку	використовують на міжнародних ринках брокери, трейдери, хеджери під час визначення ціни на біржові активи в період торгових сесій
Модель середньої ціни	в основі моделі є розрахунок середньої ціни	переважно використовується на біржах, коли вартість цінних паперів, продукції множить на їх кількість, також при розрахунку фондових індексів
Бізнес-аналіз [2]	основою є високочастотний алготрейдинг	з використанням комп'ютерних програм забезпечується повне і всебічне дослідження процесів, пов'язаних з обсягом та кількістю випусків цінних паперів протягом певного періоду
Ймовірно-стохастичні	математичні моделі економічного процесу, які враховують фактори випадкових подій	у біржовому середовищі застосовують для вивчення стохастичних (випадкових) взаємозв'язків між явищами і процесами біржової діяльності, наприклад, взаємозв'язок між курсом валюти і біржовими індексами

Джерело: побудовано авторами на основі власних досліджень

ків у минулі періоди; порівняльний аналіз забезпечує порівняння звітних показників з показниками минулих періодів членів саморегулювальних організацій, асоціацій, фінансових компаній вітчизняних ринків капіталу, а також здійснюється порівняння з показниками конкурентів, зарубіжними фондовими біржами; маржинальний (спеціальний) аналіз є методом оцінювання та обґрунтування управлінських рішень у бізнесових структурах біржової діяльності; за допомогою факторного аналізу досліджується вплив різних факторів на результати діяльності біржових інститутів. Такими факторами можуть бути бізнес-стратегії, системи підсистеми комплаєнсу та управління ризиками, високий рівень професійної підготовки працівників, наявність електронних торгових систем, ефективна організація укладання угод та інші.

У процесі формування моделей біржового аналізу першочергове місце належить фундаментальному і технічному аналізу, які забезпечують можливість прогнозування розмірів потенційних доходів: за рахунок дивідендів – компанії виплачують частину свого прибутку власникам цінних паперів; і за рахунок коливань вартості акцій – адже можна купити їх, коли акції дешевші і продати, коли ціни зростають. Допомагає правильно передбачити динаміку цін саме технічний і фундаментальний аналіз, які мають різні об'єкти дослідження.

Технічний аналіз прогнозує зміни цін в найближчому майбутньому при спекулятивних угодах. Прогноз розробляється на основі зміни цін у минулому при аналогічних обставинах; отримати наближену інформацію про обсяги торгів може допомогти саме технічний аналіз.

Фундаментальний аналіз використовується при довготривалому інвестуванні, це метод оцінювання вартості цінних паперів за допомогою фінансових показників, а також на основі рейтингу, який проводять професійні аналітики біржового ринку. У таблиці 2 представлені характерні особливості технічного і фундаментального аналізу.

Враховуючи переваги і недоліки фундаментального і технічного аналізу, можна визначити, що фундаментальний аналіз – це детальний розгляд всіх факторів економіко–політичного середовища, що здійснюють вплив на динаміку цін (курсів, процентних ставок) біржових інструментів і продукції. При фундаментальному аналізі проводиться аналіз трьох складових: економіки, ринку і фінансового інструменту. Аналіз економіки передбачає розгляд макроекономічних показників, що впливають на біржовий інструмент: темпи інфляції, динаміка ВВП, процентні ставки на кредитному ринку, система

оподаткування, динаміка курсу національної валюти, грошово–кредитна політика тощо; аналіз ринку містить аналіз експортно–імпортних операцій, досліджується конкурентоспроможність суб'єктів біржової діяльності, рівень впливу на біржовий ринок коливань курсу національної валюти та інші чинники; аналіз фінансового інструменту і продукції супроводжується дослідженням таких факторів як: рівень конкуренції фінансових інструментів і продукції у порівнянні із вітчизняними та іноземними аналогами; наявність складів, товарів–замінників; вихід на міжнародні ринки (наявність квот, мито), наявність електронних торгових систем та інші.

Технічний аналіз – специфічний метод прогнозування цін за допомогою побудови і дослідження графіків динаміки біржового ринку за попередні періоди. На відміну від фундаментального аналізу, де розглядається значна кількість факторів впливу на макро– та мікрорівні, технічний

Таблиця 2. Порівняльна характеристика технічного і фундаментального аналізу

Фундаментальний аналіз		Технічний аналіз	
переваги	недоліки	переваги	недоліки
різні підходи навіть в межах одного ринку	проводиться протягом тривалого періоду і результати можуть бути суперечливими і протилежними	універсальний підхід, однаково використовують для товарного, валютного і фондового ринків	суб'єктивність – різні аналітики можуть надати різні висновки при однакових даних
використовують тільки для угод, тривалість яких від декілька місяців і більше	суб'єктивність – аналітики очікують конкретного результату, що може вплинути на ціну акцій	використовують для угод з різними термінами – від секунд до декілька років	статистична погрішність, оскільки основою технічного аналізу є прогноз, що спричиняє для інвестора ризик збитків
за допомогою економічних показників прогнози розробляються на тривалий період	складність при визначенні справедливої вартості цінних паперів, оскільки є значний вплив факторів ринку	простота при дослідженні – вся інформація представлена в графіках, які прості і зрозумілі	не розкриває причин цінних коливань, а тільки пропонує слідкувати за ними
надає можливість передбачити ситуацію в бізнесі і виявити перспективні компанії і можливих банкрутів	для кожної ситуації необхідне індивідуальне рішення	наочність – робота з графіками і вся інформація перед очима	
допомагає біржовим аналітикам визначити вид акцій, ціна на які буде зростати в найближчій перспективі	для проведення необхідно володіти достатнім рівнем знань і не тільки у сфері економіки	доступні інструменти, більшість із яких представлені на сучасних торгових платформах	
надає можливість аналізувати ситуацію не в окремій компанії, а в групах: СПО, асоціаціях	неможливість аналітиків враховувати всі фактори впливу на динаміку цін (курсів, процентних ставок) біржового товару	досліджує одночасно короткострокові коливання, а також довгострокові і середньострокові	

Джерело: розроблено авторами за власним дослідженням

аналіз досліджує переважно лише три фактори: ціни, обсяги торгів і кількість відкритих позицій і його основна мета – це прогнозування руху цін на фінансові інструменти. Технічний аналіз має свої методи: математичні – прогнозування цін здійснюється на основі математичних індикаторів і осциляторів; графічні – використовують наочні рисунки зміни цін, попиту, пропозиції на ринку і структурні теорії – визначають цінові шаблони, що повторюються на ринку: теорія циклів, хвильова теорія Еліота.

Обидва види аналізу доповнюють один одного і є індикаторами стану біржового ринку. Успішні трейдери використовують обидва види аналізу – основну тенденцію розвитку визначають за допомогою фундаментального аналізу, а технічний аналіз допомагає за допомогою графіків знайти конкретні і точні позиції відповідного фінансового інструменту. Фундаментальний і технічний аналіз відповідають на різні питання:

- фундаментальний – які акції купувати?
- технічний – в який період часу купувати?

Фундаментальний аналітик намагається зрозуміти причини змін на ринку, а технічних аналітиків цікавить сам факт таких змін, а що є її причиною – це для них не важливо. Щоб зробити прогноз на основі фундаментального аналізу, треба вивчити багато джерел про саму компанію: форми звітності, рух грошових потоків, чинники привабливості, місце на ринку тощо, що потребує багато часу, але все ж такий аналіз порівняно з технічним допомагає глибше зрозуміти всі процеси, які протікають на ринку, в організації. Який вид аналізу вибирати – вирішують самі трейдери

Під час формування моделі біржового аналізу важливо визначити об'єкт дослідження. На нашу думку об'єктом аналізу біржового ринку є сукупність певних видів ресурсів: грошових коштів, кваліфікованих фахівців, інформаційних ресурсів, біржових інститутів тощо. Грошові кошти є основним фінансовим ресурсом, об'єктом аналізу, який забезпечує не тільки стабільність і процвітання при накопиченні, але необхідний і на перших етапах створення та діяльності господарюючих суб'єктів. Нині мінімальний розмір початкового капіталу товарної біржі не може бути меншим ніж 20 млн грн; початковий капітал інвестиційної фірми, що провадить професійну діяльність з торгівлі фінансовими інструментами, не може бути меншим ніж 22 млн грн; брокерська фірма має право от-

римувати на власний рахунок та розпоряджатися коштами і фінансовими інструментами клієнтів, якщо розмір її початкового капіталу не менший ніж 4 млн грн. Для забезпечення статутної діяльності Українська асоціація інвестиційного бізнесу (УАІБ), яка має статус саморегулювальної організації (СРО), повинна мати у власності активи у розмірі не менше 1 млн грн [7].

Щоб правильно розпоряджатися грошовими потоками необхідно підготувати відповідний потенціал кваліфікованих фахівців – ресурс, який характеризується певним професійним рівнем, компетентністю, здібностями, необхідними фахівцям в біржовій діяльності. Клієнти інвестиційної фірми, які є кваліфікованими інвесторами, повинні мати досвід проведення операцій на ринках капіталу не менше одного року або повинні мати стаж роботи у фінансовій установі за відповідним фахом не менше одного року; щоб очолити відділ на фондовій біржі, треба мати досвід роботи у біржовій діяльності не менше 3-х років.

Формування моделі біржового аналізу на ринках капіталу потребує певних інформаційних ресурсів – особливої інформації, необхідної для управління біржовими процесами. Така інформація формується із використанням комп'ютерної та іншої техніки і зберігається в базах даних інформаційних систем. Біржі організовують торги в електронній формі за допомогою електронної торгової системи, яка забезпечує централізоване укладання та виконання біржових угод. Нині основними джерелами формування ресурсів у біржовій діяльності є акціонерний капітал, майно, що знаходиться у власності засновників та акціонерів; вартість послуг, які пропонують біржі; кількість укладених угод і їх вартість та інші джерела.

Процес вибору моделі біржового аналізу можливий тільки при забезпеченні взаємодії покупців і продавців фінансових інструментів, коли запроваджується механізм їх викупу в інвесторів, а також проводиться загальне оцінювання фінансового стану біржового інституту.

Висновки

Для проведення аналізу біржової діяльності необхідно володіти відомостями про масштаби і стан біржового ринку, його інфраструктуру, потенціал, закономірності розвитку, доходи і витрати учасників біржового процесу, прогнози продажу і цін та інші дані.

Основними джерелами інформації для проведення аналізу біржової діяльності є значний спектр різних даних, які розкривають сутність події, явища, характерні для біржового ринку. Джерела інформації, які використовують для проведення аналізу біржової діяльності, є одними із видів ресурсів, що використовуються в економічних процесах, отримання якого вимагає певних затрат, досвіду, часу, знань. Важливим джерелом для проведення біржового аналізу є інформаційне забезпечення – це інформація, яка необхідна для управління біржовими процесами і яка зберігається в базі даних інформаційних систем.

Вибір моделі біржового аналізу супроводжується аналізом ситуації, що складається на ринку, надається оцінка обсягам біржового товарообороту, його структурі, аналізуються ціни на активи із врахуванням попиту і пропозиції на них, оцінюється ділова активність контрагентів угоди. У статті надається порівняльна характеристика ретроспективного і перспективного аналізу, визначено їх особливості при виборі моделі розвитку вітчизняного біржового ринку. Серед методів біржового аналізу особливе місце належить економіко-математичним, основні види яких узагальнено, надається характеристика, визначається значення кожного із них.

Список використаних джерел:

1. Карпіщенко О.О., Чикалова А.С. Інтернет-торгівля як засіб залучення широкого загалу до біржових торгів. Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. Випуск 3 (03), 2018. С. 261–265. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/3_2016/52.pdf (дата звернення – 05.06.2024).

2. Сатир Л.М., Шевченко А.О., Новікова В.В. Аналіз, моделювання та прогнозування фондового ринку як запорука ефективної економіки та аналітики бізнесу. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». DOI: 10.32702/2307-2105-2021.8.5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/7.pdf (дата звернення – 12.06.2024).

3. Лутай Л.А., Козицька Г.В. Теоретичні аспекти аналізу та прогнозування цін на біржових ринках. Економічний вісник Донбасу. №3 (25). 2011. С. 145–148. URL: <http://dSPACE.nbuv.gov.ua/handle/123456789/24136>. URL: http://www.evd-journal.org/download/2011/2011-3/Ek_visnyk_3_2011-145-148.pdf. (дата звернення – 10.06.2024).

4. Фундаментальний та технічний аналізи міжнародних ринків. О.М. Сохацька, В.М. Панасюк, І.В. Роговська-Іщук, С.І. Вінницький. Тернопіль: ЗУНУ, 2022. 309 с.

5. Graham B. Security Analysis. The Classic 1934 Edition / B. Graham, D. Dodd. – McGraw–Hill Companies, 1996. 356 p.

6. Коттл С., Мюррей Р.Ф., Блок Ф.Е. Анализ ценных бумаг Грэма и Додда. Москва: Олимп Бизнес, 2000. 782 с.

7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення залучення інвестицій та запровадження нових фінансових інструментів (Про ЦП та фондовий ринок, Про товарну біржу) від 19.06.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text> (дата звернення – 14.06.2024 р.).

8. ФРІДОМ ФІНАНС Україна – частина холдингу FREEDOM HOLDING CORP. URL: <https://ffin.ua/pro-kompaniyu> (дата звернення – 14.06.2024 р.).

References:

1. Karpischenko O.O., Chykalova A.S. Internet-torgivlyi yk zasib zalucheniy shirikogo zahalu do birzhobih torgiv. Shidna Evropa: Ekonomika, biznes ta upravliniy. Vipusk 3 (03), 2018. P. 261–265. URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/3_2016/52.pdf (accessed – 05 June 2024).

2. Satir L.M., Shevchenko A.O., Novikova V.V. Analiz, modeluvaniy ta prognozuvaniy fondovoho rinka yk zaporuka effektivnoy ekonomiky ta analitiki biznesu. Elektrone fahove vidaniy «Efektivna ekonomika». DOI: 10.32702/2307-2105-2021.8.5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/8_2021/7.pdf (accessed – 12 June 2024).

3. Lutai L.A., Kozizhka H.V. Teoretichni aspekti analizu ta prognozuvaniy tsin na birzhovih rinkah. Ekonomichnii visnik Donbasu. №3 (25). 2011. P. 145–148. URL: <http://dSPACE.nbuv.gov.ua/handle/123456789/24136>. URL: http://www.evd-journal.org/download/2011/2011-3/Ek_visnyk_3_2011-145-148.pdf. (accessed – 10 June 2024).

4. Fundamentakyyi ta tehnicnii analizi mizhnarodnih rinkiv. O.M. Sohatska, V.M. Panacuk, I.V. Vinitiskii. Ternopol: ZUNU, 2022. 309 p.

5. Graham B. Security Analysis. The Classic 1934 Edition / B. Graham, D. Dodd. – McGraw–Hill Companies, 1996. 356 p.

6. Kottl S., Murei R.F., Blok F.E. Analiz tsennih bumag Grema and Dodda. Moskva: Olimp Biznes, 2000. 782 p.

7. Pro vneseniy zmin do deiykih zakonodavchih aktiv Ukraini shchodo sproshcheniy zalucheniy investicii ta

zaprovdsheniy novih finansovih instrumentiv (Pro CP ta fondobiy rinoк, Pro tovarnu birzhu) vid 19 June 2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/738-20#Text> (accessed – 14 June 2024 p.).

8. FRIDOM FINANS Ukraina – chastina holdingu FREEDOM HOLDING CORP. URL: <https://ffin.ua/pro-kompaniyu> (accessed – 14 June 2024 p.).

Дані про авторів

Петухова Ольга Михайлівна,

доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу, Національний університет харчових технологій

e-mail: ompetukhova@ukr.net

Еш Світлана Миколаївна,

старший викладач кафедри маркетингу, Національний університет харчових технологій

e-mail: esh2009@ukr.net

Data about the authors

Olga Pietukhova,

Doctor of Economics, Professor, National University of Food Technologies

e-mail: ompetukhova@ukr.net

Svetlana Esh,

Senior lecturer of the Department marketing, National University of Food Technologies

e-mail: esh2009@ukr.net

УДК 336.27

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764647>

ТИХИЙ О. Г.

Концептуально–світоглядна трансформація банківської системи України в рамках європейської інтеграції

Актуальність теми дослідження. Євроінтеграційні процеси мають велике значення для реформування банківської системи України, а особливо події останніх років, пов'язані з отриманням Україною статусу кандидата на членство, відкривають перед головним інститутом банківського нагляду країни ширші можливості для реалізації євроінтеграційних процесів у цій сфері. Саме тому постає необхідність, окрім нормативних та регуляторних змін, перейти до нових концептуально–світоглядних перетворень в вітчизняній банківській системі, пов'язаних з наростаючим впливом викликів глобалізаційних процесів, задля забезпечення стійкості, конкурентності, різноманіття та інтегрованості банківської системи України. Тому головний фокус, закладений в основу трансформації має включати просторову безбар'єрність, як фізичної (вихід на єдиний банківський ринок ЄС), так і цифрової, інформаційної, освітньої та економічної.

Метою дослідження є визначення основних компонентів концептуально–світоглядної трансформації банківської системи України на основі дослідження особливостей функціонування міжнародного банкінгу та концепту євроінтеграції в Україні, фокусуючи увагу на питаннях умов доступу для іноземних банків до ринку ЄС, різноманіття, умов конкуренції, процесів концентрації та банківської інтеграції в країнах–членах ЄС.

Методи дослідження. Матеріалами дослідження є: відкрита статистика інституцій ЄС та міжнародних організацій; наукові роботи вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої дослідження у царині банківської справи, міжнародного банкінгу та євроінтеграційних процесів; норма–тивно–правове забезпечення щодо регулювання банківської діяльності в Україні та ЄС.

В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування – в частині огляду літератури та стану дослідження проблеми; формалізації, аналізу та синтезу – в розкритті особливостей функціонування банківського ринку ЄС та логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати дослідження. У науковій статті досліджено особливості функціонування міжнародного банкінгу та концепту євроінтеграції в Україні, фокусуючи увагу на питаннях умов доступу для іноземних банків до ринку ЄС, різноманіття, умов конкуренції, процесів концентрації та банківської інтеграції в країнах–членах ЄС. Виокремлено особливості функціонування банківського ринку ЄС, які мають бути враховані під час розроблення політики долучення до цього ринку. З'ясовано найближчі перспективи процесу банківської інтеграції в євросоні, яка має запрацювати як єдина юрис–

дикція для транскордонних банків, та передбачає охоплення нормативно–правових змін за шістьма основними сферами, до чого вітчизняна банківська система також має бути готова, базуючись на головному векторі європейських перетворень. Використовуючи комплексний підхід до євроінтеграційних перетворень запропонована авторська модель концептуально–світоглядної трансформації банківської системи України в рамках європейської інтеграції, яка дозволить задовольнити зростаючий попит вітчизняних клієнтів за кордоном, умови стрімкої цифрової трансформації банківської системи, розширення конкурентних переваг та зближення цінностей сталого розвитку.

Висновок. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на можливостях поступової імплементації окреслених трансформацій в банківський сектор України задля підвищення її конкурентоспроможності та стійкості.

Ключові слова: банківська система, міжнародний банкінг, євроінтеграція, іноземні банки, транскордонна банківська діяльність, Банківський союз.

ТЯКХИЙ О. Н.

Conceptual and ideological transformation of the banking system of Ukraine within the framework of european integration

Relevance of the research topic. European integration processes are of great importance for reforming the banking system of Ukraine, and especially the events of recent years related to Ukraine's obtaining the status of a candidate for membership, open up wider opportunities for the country's main institution of banking supervision for the implementation of European integration processes in this area. That is why there is a need, in addition to normative and regulatory changes, to move to new conceptual and ideological transformations in the domestic banking system, associated with the growing impact of the challenges of globalization processes, to ensure the stability, competitiveness, diversity and integration of the banking system of Ukraine. Therefore, the focus of the transformations should include spatial accessibility, both physical (access to the EU single banking market) and digital, informational, educational and economic as well.

The purpose of the study is to reveal the main components of the conceptual and ideological transformation of the banking system of Ukraine on the basis of research on the features of the functioning of international banking and the concept of European integration in Ukraine, focusing on the issues of conditions of access for foreign banks to the EU market, diversity, conditions of competition, processes of concentration and banking integration in the EU member states.

Materials and methods. The research data includes open statistics of the EU institutions and international organizations; scientific works of domestic and foreign authors conducting their research in banking, global banking, and European integration processes; and regulatory and legal support for regulating banking activities in Ukraine and the EU.

In the course of the study, the following scientific methods were used: theoretical generalization and grouping – in terms of literature review and the state of research of the problem; formalization, analysis and synthesis – in revealing the peculiarities of the functioning of the EU banking market and logical generalization of the results (formulation of conclusions).

Research results. The study considers the peculiarities of the functioning of international banking and the concept of European integration in Ukraine, focusing on the issues of access conditions for foreign banks to the EU market, diversity, competition, concentration, and banking integration in EU member states. The article highlights the peculiarities of the functioning of the EU banking market, which should be taken into account when developing a policy of accession to this market. It was identified the immediate prospects of the process of banking integration in the euro area, which should start working as a single jurisdiction for cross–border banks, and provided for the coverage of regulatory changes in six main areas, to which the domestic banking system should also be ready, based on the main vector of European transformations. Using a comprehensive approach to European integration transformations, it was suggested that the author's model of conceptual and ideological

transformation of the banking system of Ukraine within the framework of European integration would allow to meet the growing demand of domestic customers abroad, the rapid digital transformation of the banking system, the expansion of competitive advantages and the convergence of sustainable development goals.

Conclusions. *In further research, it is proposed to focus on the possibilities of gradual implementation of the outlined transformations in the banking sector of Ukraine in order to increase its competitiveness and sustainability.*

Keywords: *banking system, international banking, European integration, foreign banks, cross-border banking, Banking Union.*

Постановка проблеми. Євроінтеграційні процеси мають велике значення для реформування банківської системи України, а особливо події останніх років, пов'язані з отриманням Україною статусу кандидата на членство, відкривають перед головним інститутом банківського нагляду країни ширші можливості для реалізації євроінтеграційних процесів у цій сфері. Фінанси та фінансові ринки є двигуном стійкості. У світі, де фінанси розвиваються, співпраця стає наріжним каменем прогресу, а банки та компанії разом переосмислюють індустрію фінансових послуг, оскільки фінансові установи є одним з основних каналів впливу на підприємців. Визначаючи умови доступу до фінансових послуг, фінансовий ринок впливає на рішення та ставлення підприємців, включаючи їх бізнес-моделі. Іноземні банки, які функціонують в Україні, беруть активну участь на європейському ринку, пропонуючи банківські послуги, такі як кредитування, документальні, валютні послуги, а також надаючи гарантійний бізнес та врегулюючи платіжні операції між рідними країнами та Україною. Тим часом, через взаємопов'язану міжнародну економіку стали необхідними подальші послуги, наприклад, у зв'язку з транскордонними злиттями та поглинаннями компаній, фінансуванням великого обсягу або випуском цінних паперів. Іноземні банки також беруть активну участь у наданні інвестиційно-банківських послуг, роздрібного та універсального банкінгу, а також інвестиційних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Погоджуючись з вітчизняними дослідниками [1–4], відмітимо важливість врахування переваг та ризиків для банківського сектора України під час гармонізації законодавства і долучення до єдиного банківського простору ЄС, що в свою чергу допоможе підвищити ефективність реформування банківської системи в ході інтеграції в ЄС. Задля цього, здійснено дослідження особливостей функціонування міжнародного банкінгу та концепту євроінтеграції в Україні, фокусуючи увагу на питаннях умов доступу для іноземних банків до ринку ЄС, різноманіття, умов конкуренції, процесів концентрації та банківської інтеграції в країнах-членах ЄС.

Починаючи з розкриття конкурентних можливостей у банківському секторі ЄС та доступу до нього нових гравців необхідно усвідомлювати той факт, що банківський сектор може визначити, якою мірою іноземні банківські установи зможуть трансформувати свій капітал в ефективні інвестиції в країні призначення, додатково збільшуючи спектр поширення нових технологічних знань для вітчизняних компаній [5], а також масштаби технологічного та інноваційного вдосконалення банківської діяльності як фактору оцінки ефективності функціонування зовнішніх компаній, не впливаючи на приймаючу економіку, а посилюючи стимули передачі технологій [6]. Дійсно банківський сектор є лакмусом для визначення розвитку фінансової системи, бо ринки капіталу в транзитивних економіках, якою є і вітчизняна, недостатньо розвинені, і це підтверджено емпіричними результатами світової наукової думки [7], яка зазначає, що фінансові системи в таких країнах здебільшого є банківськими, оскільки приблизно 85% активів фінансового сектору є банківськими активами.

Тому розглядаючи аспекти європейської інтеграції банківської системи України важливо оцінювати проксі і консі конкурентних обмежень для банківської системи нашої країни, бо, погоджуючись з висновками дослідників фінансової стабільності європейської банківської системи банківська система буде більш стійкою в монополістичній структурі конкуренції. Бо саме на ринку, де існує монополістична конкуренція, фінансова стабільність забезпечується ефективним регулюванням і дієвим наглядом. В цьому

ключі європейські дослідники [8] вважають, що в більшості країн Західної Європи зменшується різноманітність банківського сектору всередині країни, оскільки великі банки виграли в європейському банківському ландшафті між різноманітністю, конкуренцією та концентрацією за рахунок ширшої, ціннісно-орієнтованої на зацікавлені сторони перспективи. Відмінності між країнами ЄС також зменшилося, оскільки національні банківські системи з часом стали більш схожими. Лише в Німеччині та Австрії відмінності лишаються значними, бо «... зараз це є захистом від ризику того, що пізніше не буде чогось, що може знадобитися пізніше, навіть якщо зараз не знаєш, що пізніше це знадобиться». [9]

Досліджуючи взаємозв'язок між різноманітністю банківського сектору та двома найважливішими нормативно-правовими рамками для європейських фінансових секторів, відомі дослідники [10] обговорюють два ненавмисні побічні ефекти: тенденцію Союзу ринку капіталів підштовхувати фінансові системи до ринкових та Банківського союзу послаблювати інституційне різноманіття в банківському секторі і підсумовують, що потрібно докладати більше зусиль для узгодження обох рамок із соціальними та культурними цілями, які є невід'ємною частиною договорів ЄС. Інші дослідження додають, що відповідність різноманіття в банківському секторі має відповідати соціально-економічній структурі країни та її економічним перспективам. Регуляторне навантаження, фінтех-конкуренція та процеси концентрації суперечать основним підходам розвитку банківського сектору країн Західної Європи (зокрема, Німеччини [11] та Великобританії [12]) і наголошує на важливості принципу пропорційності в банківському регулюванні та нагляді, щоб уникнути подальших незручностей для невеликих установ, які майже повністю зникли у Великій Британії. Це було наслідком також політики посткризового регулювання і збільшило мінімальний розмір банку, необхідний для ведення бізнесу в банківському секторі, і ініціювало хвилю злиттів [13], а також нормативно-правова база Європейського Союзу допоки виявилася неефективною у наданні дозволу або навіть у сприянні гетерогенним та дрібномасштабним ринковим структурам..

Але в цілях розвитку банківського сектору ЄС, на чому також наголошують глибокі еволюційні до-

слідження банківської сфери [14], важливою є інституційно диверсифіковані фінансові сектори для сталого зростання та фінансової стабільності. А факторами успіху в цій площині є «концентрація банківської діяльності в обмеженому географічному регіоні при одночасній роботі як мережі взаємодіючих автономних установ, пріоритетність мобілізації заощаджень, мандат служити економічному і соціальному добробуту місцевого регіону, залишаючись при цьому прибутковими і фінансово життєздатними в довгостроковій перспективі, а не вузько зосереджена на максимізації прибутку».

Це має вирішальне значення також для успішної побудови банківських інститутів у країнах, що розвиваються та налагоджують шлях до вступу в ЄС. Бо для зміцнення європейської банківської системи [15] необхідні справжні конкурентні загальноєвропейські банки та справжній союз ринків капіталу. Однак, загальний аргумент на користь конкуренції, який полягає в тому, що вона має переваги ефективності, зменшуючи економічні втрати, а також сприяючи інноваціям, може бути менш очевидними для банківської галузі через її особливість та синергію в економічному та соціальному добробуті, що завдає шкоди стабільності банківської та фінансової системи.

З консолідованої точки зору після фінансової кризи першої декади, глобальне скорочення міжнародної банківської діяльності в ЄС обмежилось європейськими банками, які унікально відреагували на кредитні збитки після 2007 року, втративши активи за кордоном для відновлення нормативів капіталу [16]. Тогочас Банківський союз, як одна з найважливіших подій у європейській інтеграції з моменту заснування Валютного союзу, став відповіддю Європи на кризу, утворений з метою відновлення приватної відповідальності в банківській сфері та запобігання надмірному ризику, що мав сприяти здоровій фінансовій інтеграції, приносячи з собою переваги підвищення кроскордонного добробуту. І тому зовсім не дивно, що посткризова нормативно-правова база ЄС характеризується, з одного боку, твердою прихильністю до регулювання управління ризиками, з іншого – багаторівневою системою контролю та гармонізованою системою з сильною присутністю національних регуляторних органів [17]. Централізований нагляд та системи антикризового управління транскордонним бан-

кінгом врятували від надмірного прийняття ризику, їх поширення між країнами, та до скорочення порочного зв'язку між банком та сувереном.

Метою статті є визначення основних компонентів концептуально-світоглядної трансформації банківської системи України на сонові дослідження особливостей функціонування міжнародного банкінгу та концепту євроінтеграції в Україні, фокусуючи увагу на питаннях умов доступу для іноземних банків до ринку ЄС, різноманіття, умов конкуренції, процесів концентрації та банківської інтеграції в країнах-членах ЄС.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: відкрита статистика інституцій ЄС та міжнародних організацій; наукові роботи вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої дослідження у царині банківської справи, міжнародного банкінгу та євроінтеграційних процесів; нормативно-правове забезпечення щодо регулювання банківської діяльності в Україні та ЄС. В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування – в частині огляду літератури та стану дослідження проблеми; формалізації, аналізу та синтезу – в розкритті особливостей функціонування банківського ринку ЄС та логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Виклад основного матеріалу. Досліджуючи основні виклики, загрози та можливості банківської інтеграції в ЄС, зазначимо, що вона провадує більшу конкуренцію, кращі фінансові послуги та транскордонний розподіл ризиків, бо в межах ЄС реалізується спільна грошово-кредитна політика. Та все ж постає питання, чи дійсно ці переваги переважають над викликами і загрозами для нових учасників – транскордонних банків. В контексті відповіді на поставлене вище питання особливо в частині залучення банківських установ України до євроінтеграційних процесів, важливим є врахування особливостей функціонування банківського ринку ЄС, зокрема:

розвиненість та насиченість [18] європейського банківського ринку. За даними світових оцінок [19] обсяг фінансових активів в єврозоні зріс за останні дві декади в майже 3 рази (досягши піку у 800% ВВП у 2021 році), що у відносному значенні в 1,6 разів перевищує фінансові активи США, а банківські активи єврозони залишалися відносно стабільними – у 2002 році – 240% ВВП, а у 2022 році – 290% ВВП, що також перевищує показник США, де небанківські фінансові установи відіграють більшу роль. Все ж ріст активів банківського сектору є загальносвітовим трендом, хоча стрімкими випереджаючими темпами роз-

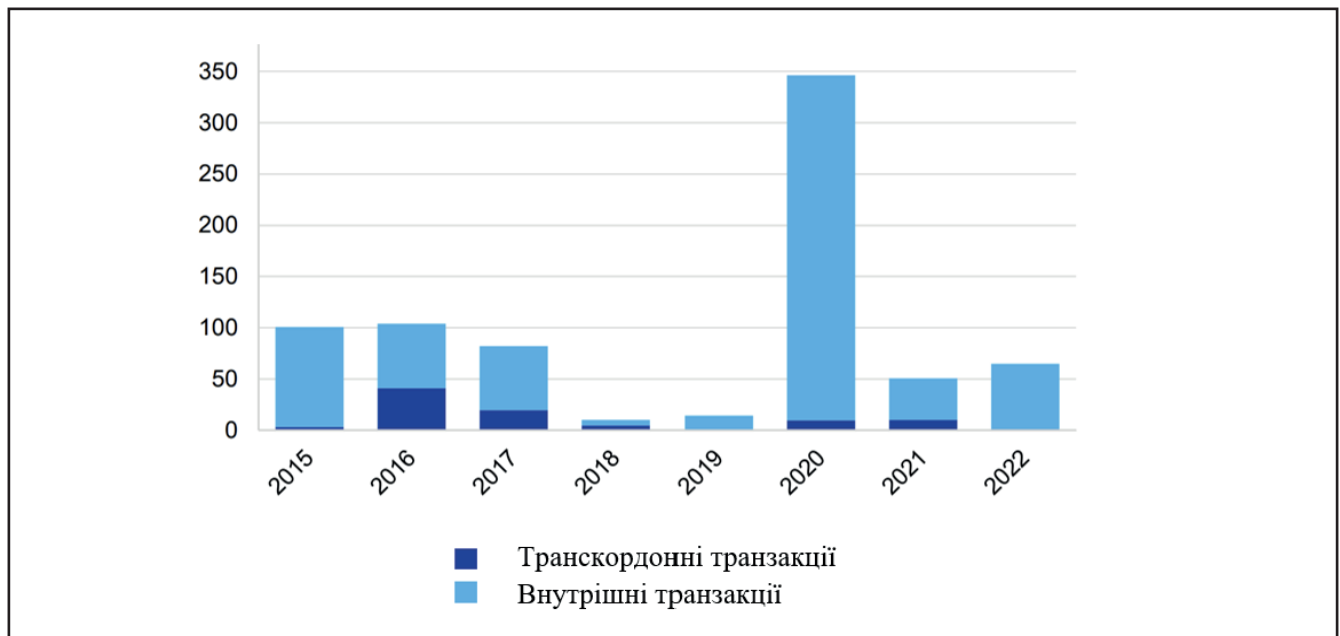


Рисунок 1. Сумарні активи цільових банків в єврозоні (2015–2022), млрд. євро

Джерело: розрахунки ЄЦБ на основі Dealogic та Orbis BankFocus [20]

Примітки: Вибірка включає угоди зі злиття та поглинання за участю великих банків та менш значущих установ у єврозоні, за винятком деяких приватних транзакцій та транзакцій між малими банками, про які не повідомлялося в Dealogic. З вибірки були вилучені операції, пов'язані з виходом з ринку банків і проблемними злиттям. Звітність про транзакції здійснюється на основі року, в якому вони були оголошені.

вивається і ринок небанківських послуг, особливо в сфері фінтех індустрії, які посилюють конкурентний тиск на європейські банки.

Неоднорідність банківського конкурентного середовища в межах ЄС. Імплементация директив ЄС на національному рівні відрізняється в різних державах-членах. Грунтуючись на даних аналітичних досліджень, відмитимо, що активність транскордонних злиттів і поглинань у банківській сфері в межах єврозони є відносно слабкою (рис. 1), а транскордонне кредитування становить 7% від загального обсягу роздрібного кредитування (рис. 2), тоді як кредитування позичальників за межами єврозони становить 11%.

Іноземні банки частіше працюють через дочірні компанії, створені та авторизовані в країнах перебування, а не транскордонні мережі відділень [1]. Хоча Банківський нагляд ЄЦБ [2] підтримує усунення регуляторних перешкод на шляху транскордонної консолідації через філії як більш глибоку та економічно ефективну форму консолідації, але в даний час вона може призвести до перерозподілу ризику між національними схемами гарантування вкладів.

Як показують релевантні аналітичні дослідження [24] банки єврозони за останні роки не зміцнили свою присутність в ЄС, а банківський союз ще не розглядається як розширений внутрішній ринок. Злиття і поглинання, як і раніше, в основному орієнтовані на внутрішній ринок, в той час як

національні ринки стають все більш концентрованими і замкнутими через прагнення зберегти гарантії капіталу і ліквідності для юридичних осіб іноземних груп. На відміну від груп третіх країн, групи єврозони не схильні використовувати галузеву структуру або надавати транскордонні послуги безпосередньо. Але банкам навіть не обов'язково переміщатися через кордони – активи можуть бути оцінені на одному ринку, а ризики можуть бути розподілені без їх присутності на ньому. До того ж, актуальний стан зовнішнього фінансування нефінансових корпорацій єврозони, домогосподарств та урядів свідчить, що здатність фінансового сектору єврозони залучати та надавати кошти економічним агентам єврозони (рис. 3.) вирішальним чином залежить від розширення ринкового фінансування та зростання ролі небанківських фінансових установ.

Потреба часу. Як вже було зазначено в попередніх підрозділах дослідження банкам потрібен час, щоб встановити пряму присутність на європейському ринку або налагодити відносини з клієнтами. Звичайно усвідомлення того, що нові учасники банківського ринку чекають свого часу, може стимулювати конкуренцію та призвести до зближення цін навіть без широкомасштабного транскордонного виходу на ринок. До того ж сьогодні у вирі стрімкості розвитку цифрових платформ, банкам навіть не потрібно створювати філії для надання послуг через кордон. Свободи ЄС

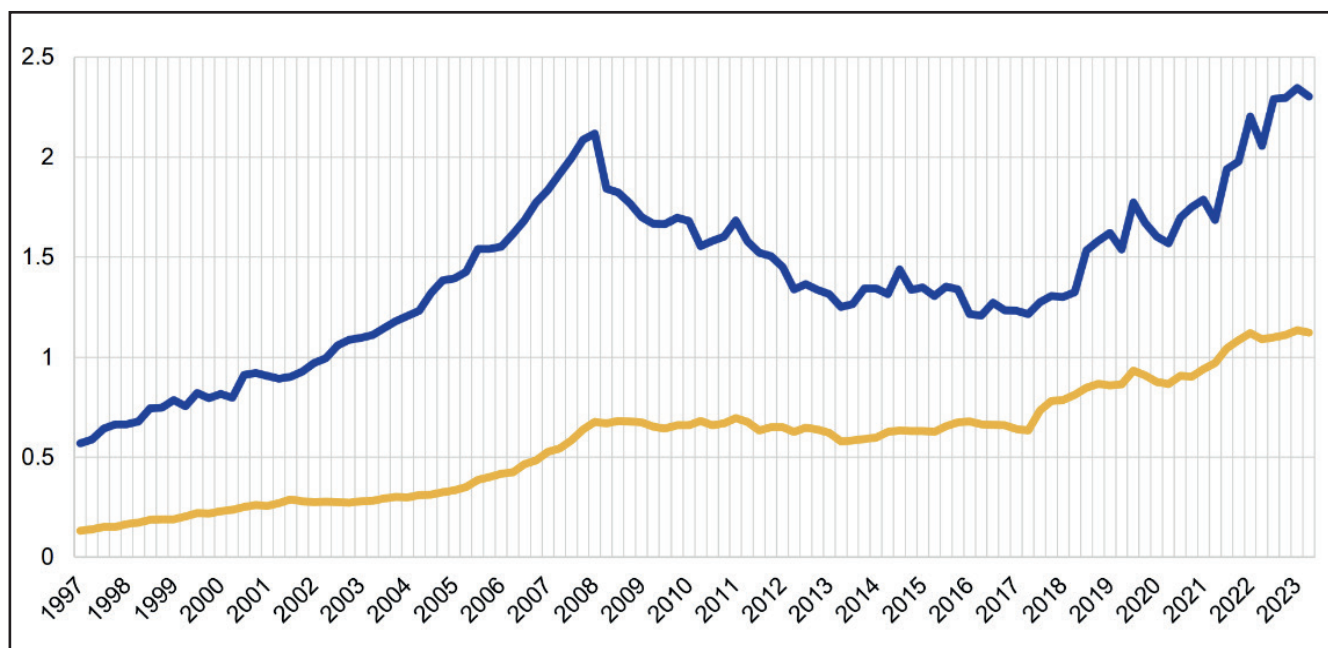


Рисунок 2. Транскордонне кредитування в євзоні (1997–2023), трлн. євро

Джерело: дані ЄЦБ [21–23]

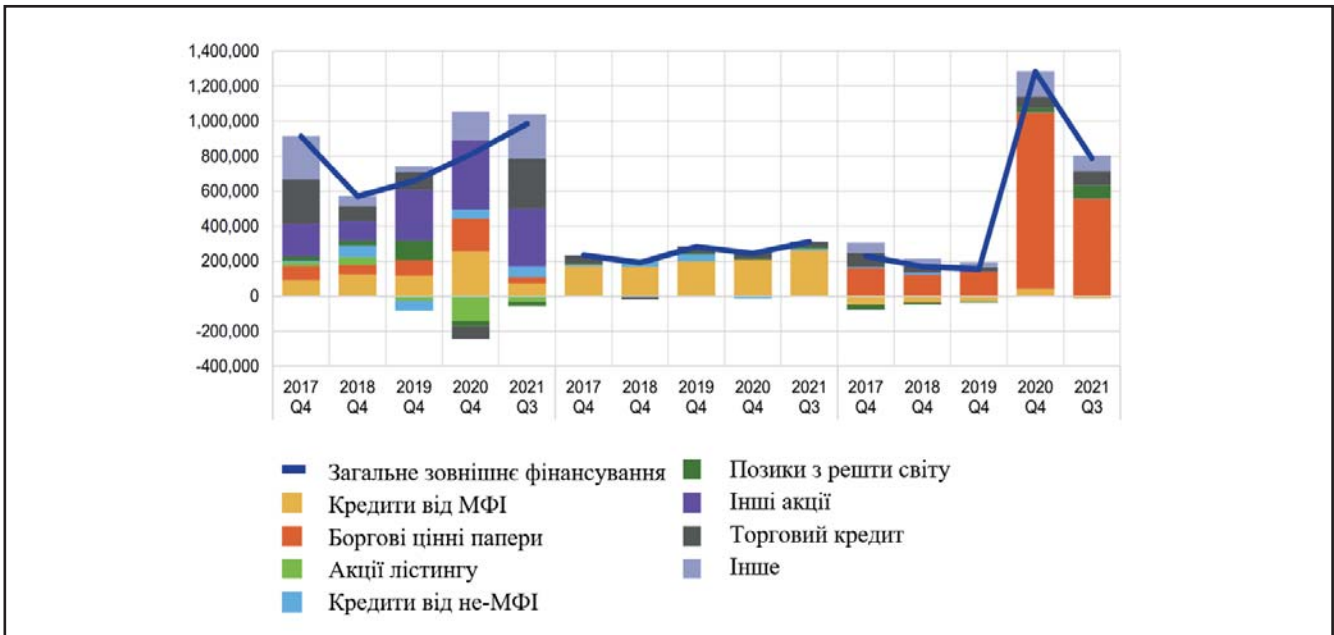


Рисунок 3. Зовнішнє фінансування нефінансових корпорацій євросони, домогосподарств та урядів за інструментами, млрд. євро

Джерела: ЄЦБ (рахунки євросони) та розрахунки ЄЦБ [25].

Примітки: МФІ розшифровується як грошово-кредитні та фінансові установи. До не-МФІ належать інші фінансові установи, а також страхові корпорації та пенсійні фонди. «Інше» — це різниця між загальною сумою та інструментами, включеними до рисунку, і включає внутрішньофірмові кредити та ребалансування між даними нефінансової та фінансової звітності. Наведені цифри відображають суму потоків за останні чотири квартали на кінець 4 кварталу за 2017–2020 роки та за 3 квартал 2021 року.

дозволяють уповноваженим установам працювати на всій території ЄС, наприклад, надаючи послуги, такі як платежі та споживче кредитування через цифрові платформи. Водночас, цінова конкуренція в Європі дійсно досить жорстка в деяких сегментах ринку, зокрема в інвестиційному банкінгу, але, як зазначають європейські експерти, прихід невітчизняних установ — навіть з низької відправної точки — міг би сприяти зближенню цін.

Стійкість в умовах зовнішніх потрясінь та узгодженість з монетарною і фіскальною політикою ЄС. Спочатку пандемія стала глобальним потрясінням, а потім військова агресія в Україні вимусили створювати пакети фіскальної підтримки [26], які опосередковано пішла на користь банкам, оскільки вдалося уникнути неплатоспроможності та стримати збитки. Крім того, стимулююча монетарна політика забезпечила достатню підтримку ліквідності. У Європі Фонд відновлення стійкості забезпечує засіб трансграничного розподілу ризиків. У середньому вплив шоків на ВВП та споживання в ЄС зменшується приблизно на 40% [27] завдяки розподілу ризиків через різні канали, серед яких кредитний канал залишається домінуючим амортизатором.

Але окрім вищезазначених особливостей європейської банківської сфери — інституційних трансформацій та нагляду — для ефективного процесу інтеграції вітчизняних представників також треба враховувати бар'єри для транскордонної діяльності, які включають культуру, мову та різні правові системи, які за висновками світових дослідників [28–30] сприяють інформаційній асиметрії, яка підвищує вартість і складність трансграничної співпраці. Саме тому важливими є досягнення політичної домовленості щодо третього стовпа банківського союзу — Європейської схеми страхування вкладів (EDIS) [31], яка підвищить довіру до європейської системи антикризового управління і потенційно посилить стимули для виходу за кордон та спростить трансграничне управління капіталом і ліквідністю.

З точки зору змісту наступних найближчих перспектив процесу банківської інтеграції в євросоні має запрацювати єдина юрисдикція для трансграничних банків, яка передбачає охоплення нормативно-правових змін за наступними шістьма стовпами (рис. 4.), до чого вітчизняна банківська система також має бути готова, базуючись на головному векторі європейських перетворень.



Рисунок 4. Перспективні стовпи інтеграційних процесів для транскордонної банківської діяльності в ЄС

Джерело: складено автором на основі [33]

Перша сфера стосується характеристик, яким має відповідати іноземний банк або банківська група, включаючи правила виходу та входу до транскордонної групи банківських установ єврозони. Зокрема, як вимогам до розміру її транскордонного бізнесу, так і технічним інструментам (критерій значущості 20%, який вже використовується і застосовується до транскордонного впливу). Важливо, щоб відповідність пороговим значенням та пов'язаний з ними процес затвердження були динамічними, бо заявки на отримання статусу ЄЦБ повинні бути схвалені Наглядовою радою ЄЦБ після заслуховування або згоди національних органів влади та, можливо, держав-членів ЄС.

Друга сфера зосереджена на пруденційних умовах, яким повинна відповідати іноземний банк або банківська група, зокрема, щодо капіталу, ліквідності, великих ризиків, левериджу, внутрішніх і зовнішніх сум мінімально необхідних прийнятних зобов'язань і позиціонування, макропруденційних буферів і т.д.), можливо, протягом декількох років до подачі заявки і, можливо, з запасом міцності, і все це на повній основі.

Третя область стосується врахування системних ризиків, ланцюжка подій, які передують і слідують за моментом, коли установа, але не обов'язково група в цілому, оголошується з ймовірністю невдачі єдиним наглядним механізмом відповідно до положень I, II, IV Директив про стягнення та ліквідацію банків, включаючи превентивну рекапіталізацію та інші заходи підтримки у разі явного системного ризику.

Четверта сфера стосується пруденційних переваг, якими можуть користуватися іноземні банки – члени транскордонної групи банківських установ єврозони. Затвердження статусу члена означатиме, що група звільнена від обмежень капіталу, ліквідності, великих ризиків та кредитного левериджу на індивідуальному рівні.

П'ята сфера стосується питань, пов'язаних із схемою гарантування вкладів фізичних осіб. Іноземні банки матимуть право – можливо, поступово передавати ресурси від національних до спеціалізованих, створених в транскордонній групі банківських установ єврозони, яка буде нести відповідальність за виплати всіх учасників.

Нарешті, шоста і остання сфера стосується будь-яких перехідних питань, які можуть бути необхідними для безпечного переходу до нового режиму. Поетапне введення схеми має бути поступовим, щоб перевірити її належне функціонування та дозволити внести корективи на основі досвіду, а також дозволити поетапне впровадження ефективних механізмів інтегрованої банківської діяльності.

В рамках європейського поступу головний регулятор банківської системи України здійснює політику поступової гармонізації, зокрема в частині відповідності нормативним вимогам до капіталу банківських груп – до його структури та достатності [34]. Згідно європейських вимог структура капіталу має бути розширена субординованим боргом, скоригованим прибутком звітного періоду; інструментами капіталу установ фінансового сектору та нематеріальними активами.

Розуміючи, що європейська інтеграція має передбачати також можливості виходу вітчизняних банків на європейський ринок, відкритими лишаються питання повної відповідності до входу. Як зазначають вітчизняні експерти [35] присутність українських банків на ринках Євросони надасть можливість капіталізувати інноваційні продукти (у сфері фінансових застосунків та обслуговування клієнтів) й одночасно отримати доступ до європейських ринків капіталу, а також отримати досвід функціонування європейському банківському ринку у відповідності до нормативних вимог у ЄС. До того ж оцінюючи вимушено збільшений в умовах воєнного часу потенційний попит вітчизняних клієнтів у Європі, відкриття філій або дочірніх компаній передусім надало б можливість обслуговування українських громадян, зважаючи на політику валютних обмежень НБУ в середині країни. Сьогодні лише присутні поодинокі випадки виходу вітчизняних банківських установ (приватних та державних) на європейський ринок, зокрема, у Чорногорії (банк «Захід»), в Великобританії (представництво Укрексімбанку), на Кіпрі (філія ПриватБанку з обмеженою ліцензією), була зроблена спроба виходу на польський ри-

нок monobank [35], бо в Польщі перебуває найбільша кількість українських громадян, стабільні та стійкі умови розвитку банківського сектору та наявні умови для розвитку цифрового бізнесу.

Але щоб мати дійсно конкурентні можливості вітчизняні банківські установи інтегруючись в європейську спільноту у вигляді відкриття представництв (дочірніх банків, філій, відділень), мають не лише усвідомлювати нормативні вимоги цього процесу і регуляторних процедур в країнах Європи, а й мати відповідні бізнес-моделі та концептуально-світоглядні трансформації. Беручи це до уваги і узагальнюючи авторське бачення головної проблеми дослідження, використовуючи комплексний підхід до євроінтеграційних перетворень зробимо спробу побудувати наступну Моделі концептуально-світоглядної трансформації банківської системи України в рамках європейської інтеграції (рис. 5.)

Ключове місце, незважаючи на ризик і загрози глобалізаційних процесів, належить забезпеченню стійкості, конкурентності, різноманіття та інтегрованості банківської системи України. Тому головний фокус, закладений в основу трансформації має включати просторову безбар'єрність, як фі-

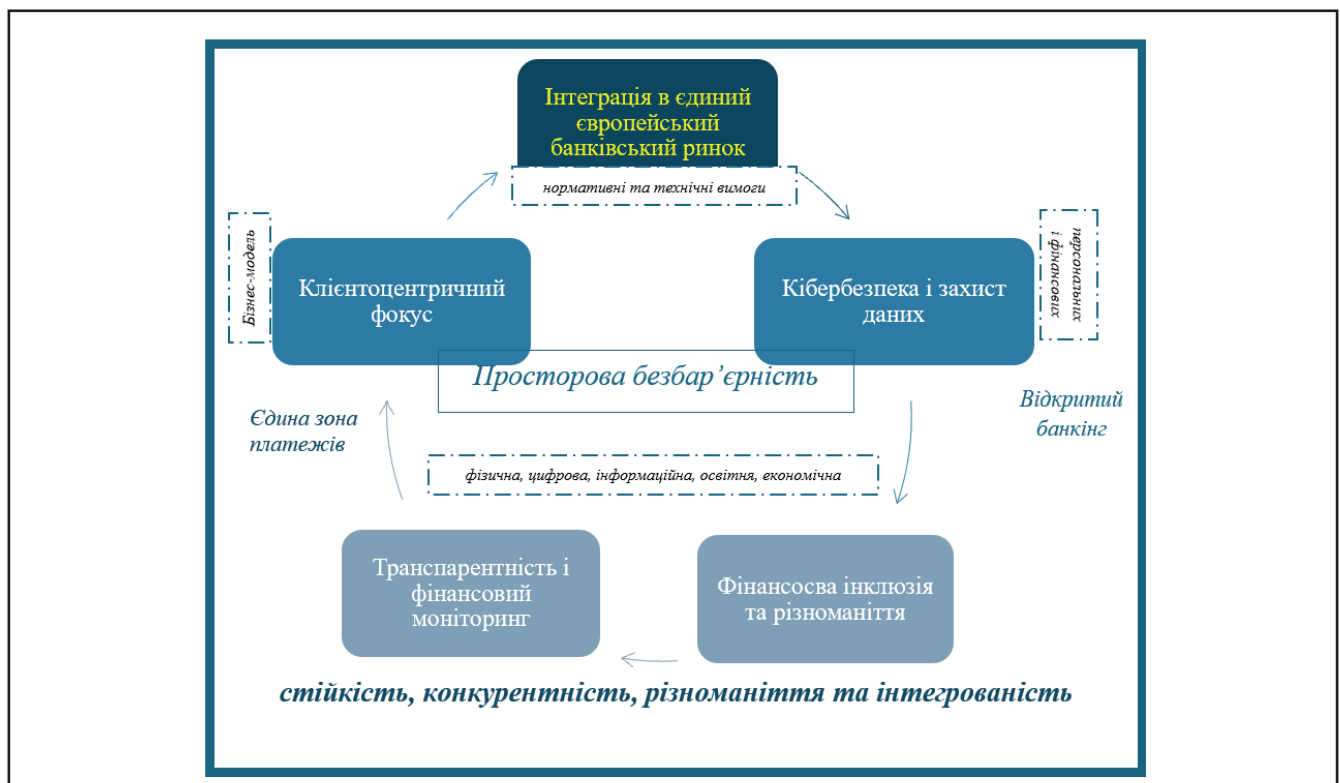


Рисунок 5. Модель концептуально-світоглядної трансформації банківської системи України в рамках європейської інтеграції

Джерело: розроблено автором

зичної (вихід на єдиний банківський ринок ЄС), так і цифрової, інформаційної, освітньої та економічної.

Банківська система України є висококонкурентною в сфері провадження інноваційних та інформаційних технологій, але питання захисту персональних та фінансових даних своїх клієнтів є вкрай вразливим місцем в умовах воєнного стану. Та з іншого боку, лише завдяки швидкій апаптивності та стресостійкості, яка була доведена вітчизняною банківською системою в останні роки, спровокувавши введення ряду модернізаційних безпекових заходів, дозволяють українським банкам, особливо значущим, ділитись унікальним досвідом забезпечення безперервності діяльності в шокових умовах з європейськими партнерами.

Клієнтоцентричний фокус – є релевантною вимогою європейського споживача в цифровій економіці. Тому наступним щаблем трансформаційних перетворень всієї банківської системи має бути задоволення вибагливого і вимогливого клієнтського середовища як юридичних, так і фізичних осіб, використовуючи нові підходи в корпоративному управлінні банками, враховуючи стандарти сталого розвитку – персоналізація, інклюзивність, різноманіття, екологічна та соціальна відповідальність і доброзичливість мають стати важливими чинниками реалізації візій і місій банківських груп на європейському ринку.

Наступною консеквенцією для перегляду підходів до банківської діяльності в інтегрованому ринку, породженою вимогами цифрового суспільства, є питання кібербезпеки та кіберзахисту персональних, і особливо, фінансових даних споживачів банківських послуг і продуктів.

Повна імплементація платіжних директив, імплементація концепту відкритого банкінгу, фінансова євроінтеграція на основі приєднання до Єдиної зони платежів у євро (SEPA) сприятиме також збільшенню доступності, пришвидшенню, здешевленню та спрощенню транскордонних транзакцій, та пожвавить кроскордонну торговельну активність між Україною та країнами ЄС. Більш того, вітчизняні споживачі отримають ширший спектр кредитних послуг та продуктів на вигідних умовах, що сприятиме відносленню кращих гідних умов життя населення.

Будуючи банківську систему, гармонізовану на виконання вимог інтегрованої банківської системи ЄС, питання транспарентності та фінан-

сового моніторингу, як інструментів протидії відмиванню коштів, набувають все більшого значення і вимагають радикальних світоглядних трансформацій та підвищення відповідальності всіх сторін – і банківських установ, і регулятора, а також клієнтів. Саме тому ціннісно-орієнтовані засади ведення банківського бізнесу відповідно до принципів та стандартів європейської спільноти мають забезпечувати безперебійний доступ до банківських сервісів і продуктів всіх категорій клієнтів, сприяючи фінансовій інклюзії та різноманіттю. А це, в свою чергу, дозволить банківській системі України бути конкурентними представниками єдиного європейського банківського простору, та стати драйвером суспільних трансформацій на шляху до стійкого відновлення економіки нашої держави.

Узагальнюючи, відзначимо, роль банківської системи України в європейському просторі має вагоме значення як для вітчизняного ринку, так і для європейського, зважаючи на зростаючий попит вітчизняних клієнтів за кордоном, стрімкою цифровою трансформацією банківської системи, розширення конкурентних переваг та зближення цінностей сталого розвитку.

В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на можливостях поступової імплементації окреслених трансформацій в банківський сектор України задля підвищення її конкурентоспроможності та стійкості.

Список використаних джерел:

1. Voiar, A. (2021). Вплив Європейського на формування системи конкурентного регулювання в Україні. Міжнародні Відносини, Суспільні Комунікації Та Регіональні Студії, (1 (9), 345–358. <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2021-01-345-358>
2. Фурсова, В., Фадеєва, І., & Гавриш, Г. (2021). Вплив євроінтеграційних процесів на реформування банківської системи України. Економіка Та Суспільство, (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-5>
3. Григораш О.В., Волошин І.А. (2023) Тенденції розвитку фінансових технологій під впливом пандемії та війни. Економіка Та Суспільство, (24).
4. Myskiv, G. V., Pavlenchuk, N. F., & Fursina, O. M. (2018). Objective and subject factors forming credit policy of Ukraine banks. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice, 4(27), 61–70. <https://doi.org/10.18371/FCATP.V4I27.154025>

5. Sghaier, I.M., & Abida, Z. (2013). Foreign Direct Investment, Financial Development and Economic Growth: Empirical Evidence from North African Countries.
6. Nageri, Nageri, & Amin, (2015) The joint impact of stock market and corruption on economic growth and development in Nigeria: Evidence from cointegration and VECM analysis. *Serbian Journal of Management* 10(2)
7. Ўгерт, Балъзс & Бакъ, Peter & Zumer, Tina, 2016. «Credit growth in Central and Eastern Europe: new (over)shooting stars?» Working Paper Series 687, European Central Bank.
8. Schдfer, D., Kotz, H. (2018) European banking landscape between diversity, competition and concentration. *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, 87(4), 5–8. <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.5>
9. Schдfer, D., Kotz, H. (2018) European banking landscape between diversity, competition and concentration. *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, 87(4), 5–8. <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.5>
10. Ferri, Giovanni; Neuberger, Doris (2018) : How Does Banking Diversity Fit in the General Vision Inspiring the Joint Process of Banking Union and Capital Markets Union?, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 25–37, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.25>
11. Bley, Andreas (2018) : Limited Diversity – Business Models of German Cooperative Banks, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 55–66, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.55>
12. Flugel, Franz; Gдrtner, Stefan (2018) : Lost Diversity: Business Lending in the Centralised Banking System of the UK, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 67–86, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.67>
13. Schackmann–Fallis, Karl–Peter; Weir, Mirko (2018) : Post–financial Crisis Times: Only a Short Phase of Re–intermediation and Re–direction to Boring Banking Business Models? Regulatory Burden, Fintech Competition and Concentration Processes, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 87–117, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.87>
14. Bertuch–Samuels, Axel (2018) : Why We Should Embrace Institutional Diversity in Banking, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 127–139, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.127>
15. Smaghi, Lorenzo Bini (2018) : What Future for the European Banking System?, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 141–151, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.141>
16. Robert N McCauley, Agustн S Випнitrix, Patrick McGuire and Goetz von Peter (2017). Financial deglobalisation in banking? BIS Working Papers. No 650
17. Andres, P. D., Arranz–Aperte, L., & Rodriguez–Sanz, J. A. (2020). «Fit and proper» regulations in the banking industry: What we have learnt in the post–crisis years. *Journal of Governance & Regulation*, 9(3), 84–95. <http://doi.org/10.22495/jgrv9i3art6>
18. European Systemic Risk Board (2014), «Is Europe overbanked?», Reports of the Advisory Scientific Committee, No 4, June.
19. Financial Stability Board (2023), Global monitoring report on non–bank financial intermediation.
20. Andrea Enria (2023). European banking supervision: taking stock and looking ahead. Analysis Forum – Milan. <https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/speeches/date/2023/html/ssm.sp230927~24544a942d.en.pdf>
21. Enria, A. (2021), «How can we make the most of an incomplete banking union?», speech at the Eurofi Financial Forum, Ljubljana
22. ECB (2022) Financial Integration and Structure in the Euro Area. Committee on Financial Integration. <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/fie/ecb.fie202204~4c4f5f572f.en.pdf>
23. ECB (2022), Financial Integration and Structure in the Euro Area, April, p.57.
24. Special Feature A «Financial integration and risk sharing in a monetary union» in ECB (2016), Financial integration in Europe, April.
25. Andrea Enria (2023). European banking supervision: taking stock and looking ahead. Analysis Forum – Milan. <https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/speeches/date/2023/html/ssm.sp230927~24544a942d.en.pdf>
26. ECB (2022) Financial Integration and Structure in the Euro Area. Committee on Financial Integration. <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/fie/ecb.fie202204~4c4f5f572f.en.pdf>
27. ESRB (2022), «Fiscal support and macroprudential policy Lessons from the COVID–19 pandemic» <https://www.esrb.europa.eu/pub/pdf/reports/esrb.2022.11.21.note.on.fiscal.support.and.macroprudential.policy~e5abc993e9.en.pdf>
28. Cimadomo, J., Gordo Mora, E., & Palazzo, A. A. (2022). «Enhancing private and public risk sharing», ECB Occasional Paper (2022/306), September

29. Portes, R. and Rey, H. (2005), «The determinants of cross-border equity flows», *Journal of International Economics*, Vol. 65, No 2, pp. 269–296; and

30. Buch, C. (2005), «Distance and International Banking», *Review of International Economics*, Vol. 13, No 4, pp. 787–804;

31. Brei, M. and von Peter, G. (2018), «The distance effect in banking and trade», *Journal of International Money and Finance*, Vol. 81, pp. 116–137.

32. European Parliament (2024), «Report on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council amending Regulation (EU) 806/2014 in order to establish a European Deposit Insurance Scheme», April.

33. The Next Goal: euro area banking integration A single jurisdiction for cross-border bank. (2024) Economic Governance and EMU Scrutiny Unit (EGOV). Directorate-General for Internal Policies PE 741.527 – February 2024 [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2024/741527/IPOL_STU\(2024\)741527_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2024/741527/IPOL_STU(2024)741527_EN.pdf)

34. Постанова Правління НБУ «Положення про порядок визначення банками України розміру регулятивного капіталу» від 28 грудня 2023 року № 196 (набирає чинності з 05 серпня 2024 року).

35. Спробували щастя: з початку великої війни два українські банки намагалися вийти на ринки Європи. Mind.ua <https://mind.ua/publications/20264481-sprobuvali-shchastya-z-pochatku-velikoyi-vijni-dva-ukrayinski-banki-namagalisyia-vijti-na-rinki-evropi>. Жовтень 2023.

References:

1. Boiar, A. (2021). Vplyv Yevropeiskoho na formuvannya systemy konkurentnoho rehuliuвання v Ukraini. *Mizhnarodni Vidnosyny, Suspilni Komunikatsii Ta Rehionalni Studii*, (1 (9)), 345–358. <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2021-01-345-358> [in Ukrainian]

2. Fursova, V., Fadiieva, I., & Havrysh, H. (2021). Vplyv yevrointehratsiinykh protsesiv na reformuvannya bankivskoi systemy Ukrainy. *Ekonomika Ta Suspilstvo*, (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-5> [in Ukrainian]

3. Hryhorash O.V., Voloshyn I.A. (2023) Tendentsii rozvytku finansovykh tekhnolohii pid vplyvom pandemii ta viiny. *Ekonomika Ta Suspilstvo*, (24). [in Ukrainian]

4. Myskiv, G. V., Pavlenchuk, N. F., & Fursina, O. M. (2018). Objective and subject factors forming credit policy of Ukraine banks. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 4(27), 61–70. <https://doi.org/10.18371/FCAPTP.V4I27.154025> [in Ukrainian]

5. Sghaier, I.M., & Abida, Z. (2013). Foreign Direct Investment, Financial Development and Economic Growth: Empirical Evidence from North African Countries.

6. Nageri, Nageri, & Amin, (2015) The joint impact of stock market and corruption on economic growth and development in Nigeria: Evidence from cointegration and VECM analysis. *Serbian Journal of Management* 10(2)

7. Ёгерт, Балзс & Бакк, Peter & Зумер, Tina, 2016. «Credit growth in Central and Eastern Europe: new (over)shooting stars?», Working Paper Series 687, European Central Bank.

8. Schдfer, D., Kotz, H. (2018) European banking landscape between diversity, competition and concentration. *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, 87(4), 5–8. <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.5>

9. Schдfer, D., Kotz, H. (2018) European banking landscape between diversity, competition and concentration. *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, 87(4), 5–8. <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.5>

10. Ferri, Giovanni; Neuberger, Doris (2018) : How Does Banking Diversity Fit in the General Vision Inspiring the Joint Process of Banking Union and Capital Markets Union?, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 25–37, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.25>

11. Bley, Andreas (2018) : Limited Diversity – Business Models of German Cooperative Banks, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 55–66, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.55>

12. Flugel, Franz; Gдrtner, Stefan (2018) : Lost Diversity: Business Lending in the Centralised Banking System of the UK, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 67–86, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.67>

13. Schackmann-Fallis, Karl-Peter; Weira, Mirko (2018) : Post-financial Crisis Times: Only a Short Phase of Re-intermediation and Re-direction to Boring Banking Business Models? Regulatory Burden, Fintech Competition and Concentration Processes, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 87–117, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.87>

14. Bertuch-Samuels, Axel (2018) : Why We Should Embrace Institutional Diversity in Banking, *Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung*, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 127–139, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.127>

15. Smaghi, Lorenzo Bini (2018) : What Future for the European Banking System?, *Vierteljahrshefte zur*

Wirtschaftsforschung, ISSN 1861–1559, Duncker & Humblot, Berlin, Vol. 87, Iss. 4, pp. 141–151, <https://doi.org/10.3790/vjh.87.4.141>

16. Robert N McCauley, Agustín S Wijntrix, Patrick McGuire and Goetz von Peter (2017). Financial deglobalisation in banking? BIS Working Papers. No 650

17. Andres, P. D., Arranz–Aperte, L., & Rodriguez–Sanz, J. A. (2020). «Fit and proper» regulations in the banking industry: What we have learnt in the post–crisis years. *Journal of Governance & Regulation*, 9(3), 84–95. <http://doi.org/10.22495/jgrv9i3art6>

18. European Systemic Risk Board (2014), «Is Europe overbanked?», Reports of the Advisory Scientific Committee, No 4, June.

19. Financial Stability Board (2023), Global monitoring report on non–bank financial intermediation.

20. Andrea Enria (2023). European banking supervision: taking stock and looking ahead. Analysis Forum – Milan. <https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/speeches/date/2023/html/ssm.sp230927~24544a942d.en.pdf>

21. Enria, A. (2021), «How can we make the most of an incomplete banking union?», speech at the Eurofi Financial Forum, Ljubljana

22. ECB (2022) Financial Integration and Structure in the Euro Area. Committee on Financial Integration. <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/fie/ecb.fie202204~4c4f5f572f.en.pdf>

23. ECB (2022), Financial Integration and Structure in the Euro Area, April, p.57.

24. Special Feature A «Financial integration and risk sharing in a monetary union» in ECB (2016), Financial integration in Europe, April.

25. Andrea Enria (2023). European banking supervision: taking stock and looking ahead. Analysis Forum – Milan. <https://www.bankingsupervision.europa.eu/press/speeches/date/2023/html/ssm.sp230927~24544a942d.en.pdf>

26. ECB (2022) Financial Integration and Structure in the Euro Area. Committee on Financial Integration. <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/fie/ecb.fie202204~4c4f5f572f.en.pdf>

27. ESRB (2022), «Fiscal support and macroprudential policy Lessons from the COVID–19 pandemic» <https://www.esrb.europa.eu/pub/pdf/reports/esrb.2022.11.21.note.on.fiscal.support.and.macroprudential.policy~e5abc993e9.en.pdf>

28. Cimadomo, J., Gordo Mora, E., & Palazzo, A. A. (2022). «Enhancing private and public risk sharing», ECB Occasional Paper (2022/306), September

29. Portes, R. and Rey, H. (2005), «The determinants of cross–border equity flows», *Journal of International Economics*, Vol. 65, No 2, pp. 269–296; and

30. Buch, C. (2005), «Distance and International Banking», *Review of International Economics*, Vol. 13, No 4, pp. 787–804;

31. Brei, M. and von Peter, G. (2018), «The distance effect in banking and trade», *Journal of International Money and Finance*, Vol. 81, pp. 116–137.

32. European Parliament (2024), «Report on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council amending Regulation (EU) 806/2014 in order to establish a European Deposit Insurance Scheme», April.

33. The Next Goal: euro area banking integration A single jurisdiction for cross–border bank. (2024) Economic Governance and EMU Scrutiny Unit (EGOV). Directorate–General for Internal Policies PE 741.527 – February 2024 [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2024/741527/IPOL_STU\(2024\)741527_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2024/741527/IPOL_STU(2024)741527_EN.pdf)

34. Постанова Правління НБУ «Положення про порядок визначення банками України розміру регуляторного капіталу» від 28 грудня 2023 року № 196 (набрав чинності з 05 серпня 2024 року). [in Ukrainian]

35. Sprobuvaly shchastia: z pochatku velykoi viiny dva ukrainski banky namahalsya vyity na rynky Yevropy. Mind.ua <https://mind.ua/publications/20264481-sprobuvali-shchastia-z-pochatku-velikoyi-vijni-dva-ukrayinski-banki-namagalysya-vijti-na-rinki-evropi>. Zhovten 2023. [in Ukrainian]

Дані про автора

Тихий Олексій Геннадійович,

аспірант кафедри фінансів імені Віктора Федосова, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3583-3104>

Data about the author

Oleksii Tykhyi,

Postgraduate student of the Department of Finance named after Viktor Fedosov, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

УДК [005:519.23]:330.16

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764653>

ГЕЙКО Т. Ю.

Ризики для економічної безпеки в макроекономічній сфері, які впливають на функціонування МСП України в умовах воєнного стану

Актуальність теми дослідження. У статті розглянуто ризики для економічної безпеки в макроекономічній сфері, що ставлять під загрозу продовження діяльності бізнесу, який зазнає руйнувань, отримує збитки, змушений переїжджати в безпечні регіони і за кордон, нагромаджуючи кризові процеси в економіці країни. Актуальність теми обумовлена потребою у здійсненні аналізу впливу ризиків на умови ведення бізнесу для запровадження адаптованих до поточних умов, механізмів державної політики.

Методи дослідження. Проблематика стимулювання підприємництва в умовах війни на виснаження на тлі постійних загроз для економічної безпеки пов'язана із нагромадженням критичних ризиків у макроекономічній сфері. Перенесення бізнесу за кордон, згорання діяльності малих та середніх підприємств внаслідок руйнувань, розірвання ланцюгів постачання, утруднення логістики, блекаутів, може заподіяти руйнівні наслідки для національної економіки: зниження ВВП, посилення макроекономічних дисбалансів, дестабілізуючий вплив ймовірних дефолтів підприємств на фінансову систему, виникнення дефіциту трудових ресурсів.

Об'єктом дослідження є адаптація підприємництва до викликів. Метою дослідження є ідентифікація ризиків для економічної безпеки та їх вплив на сектор підприємництва для визначення ключових напрямків державної політики, яка може прискорити відновлення позитивної динаміки підприємницької діяльності.

Методологія дослідження передбачає застосування методів емпіричного дослідження (спостереження, порівняння, опис), теоретичного пізнання (формалізації) і загальнологічних методів дослідження (аналізу, системного підходу, статистичних методів).

Практичними результатами дослідження можна вважати визначення ризиків для економічної безпеки в макроекономічній сфері, що впливають на розвиток підприємництва.

Галузь застосування результатів: середовище розвитку малого та середнього підприємництва.

Висновок. У висновку слід зазначити, що у статті запропоновано впровадити постійний аналіз, актуалізацію та напрацювання нових механізмів і програм, спрямованих на відновлення діяльності ММСП; впровадити заходи мінімізації дискримінаційних проявів до суб'єктів підприємництва з

боку контролюючих органів; запровадити зміни в роботі платформ з податкового адміністрування; покращити доступ до фінансування; створити інфраструктуру для стимулювання інтернаціоналізації МСП; поширити цифровізацію бізнесу.

Ключові слова: підприємництво; розвиток підприємництва; бізнес–середовище; малі і середні підприємства; повоєнне відновлення.

HEIKO T. Yu.

Risks for economic security in the macroeconomic sphere, which affect the functioning of SMEs of Ukraine in the conditions of martial law

Relevance of the research topic. The article examines the risks to economic security in the macroeconomic sphere, which endanger the continuation of the business, which undergoes destruction, receives losses, is forced to move to safe regions and abroad, accumulating crisis processes in the country's economy. The topicality of the topic is due to the need to analyze the impact of risks on business conditions for the introduction of state policy mechanisms adapted to current conditions.

The purpose of the study. The problem of stimulating entrepreneurship in the conditions of a war of attrition against the background of constant threats to economic security is connected with the accumulation of critical risks in the macroeconomic sphere. The transfer of business abroad, the curtailment of the activities of small and medium-sized enterprises due to destruction, disruption of supply chains, difficulties in logistics, blackouts, can cause devastating consequences for the national economy: a decrease in GDP, an increase in macroeconomic imbalances, a destabilizing effect of probable defaults of enterprises on the financial system, the emergence of a labor shortage resources.

The object of research is the adaptation of entrepreneurship to challenges. The purpose of the study is to identify risks for economic security and their impact on the business sector in order to determine the key directions of state policy that can accelerate the recovery of positive dynamics of business activity.

Research methodology involves the use of empirical research methods (observation, comparison, description), theoretical knowledge (formalization) and general research methods (analysis, systematic approach, statistical methods).

The practical results of the study can be considered the identification of risks for economic security in the macroeconomic sphere, which affect the development of entrepreneurship.

Field of application of the results: the environment of small and medium-sized entrepreneurship development.

Conclusions. In the conclusion, it should be noted that the article proposes to introduce constant analysis, updating and development of new mechanisms and programs aimed at restoring the activities of MSMEs; implement measures to minimize discriminatory manifestations of business entities on the part of control bodies; introduce changes in the work of tax administration platforms; improve access to financing; create infrastructure to stimulate the internationalization of SMEs; to spread the digitalization of business.

Keywords: entrepreneurship; development of entrepreneurship; business environment; small and medium enterprises; post-war recovery.

Постановка проблеми. Підтримка розвитку підприємництва України вимагає аналізу ризиків та викликів, що виникли внаслідок впливу повномасштабного вторгнення на стан підприємництва.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Загрози економічній безпеці в макроекономічній сфері в умовах воєнного стану, які перешкоджають відновленню підприємницького потенціалу,

потребують постійного аналізу для напрацювання інструментів державної політики підтримки. Вивченню цих проблем присвятили свої праці українські науковці, як Верхоглядова Н.І. [1], З. С. Варналій [2] Воронко О. С. [3], та ін. Проте проблема потребує подальшого дослідження.

Активні бойові дії, окупація частини території, спричинені гібридною війною, вплинули на умо-

ви функціонування бізнесу. Підприємництво, як потужний ініціатор відновлення, потребує розширення переліку інструментів підтримки з боку держави. Це поглиблює актуальність наукових досліджень у сфері підприємництва.

Формулювання цілей статті. Цілями статті є: аналіз загроз економічній безпеці в макроекономічній сфері в умовах війни з метою систематизації ризиків для забезпечення успішного функціонування МСП в Україні та визначення напрямків державної політики підтримки ММСП для подолання наслідків непередбачуваних економічних процесів, розривів ліквідності, постійної зміни характеру логістики, пов'язаної із блокуванням на кордоні та зміною транспортних потоків.

Виклад основного матеріалу. В період повномасштабного вторгнення діяльність підприємства найбільше відчуває ризики для економічної безпеки, негативні зміни економічного і політичного середовища в країні, що відбуваються внаслідок непередбачуваності умов ведення бізнесу. Проте підприємництво продемонструвало здатність адаптуватися до змін, спровокованих викликами воєнного часу.

Державна політика сприяє реалізації програм для підприємництва, які спрямовані на відновлення діяльності, покриття розривів ліквідності внаслідок руйнування ланцюгів постачання; сприяння у реалізації заходів енергетичної незалежності, страхуванні від воєнних ризиків.

Аналіз загроз економічній безпеці в макроекономічній сфері в умовах воєнного стану дав можливість систематизувати наявні ризики для успішного функціонування МСП в Україні:

Економічний спад через згорання ділової активності в умовах війни, неможливості ведення бізнесу в окремих регіонах країни. Через тяжкий характер війни, Україна не лише зазнала руйнувань промислового потенціалу та інфраструктури, а й має обмежені можливості щодо їх відновлення, що відображається на забезпеченні діяльності економіки. Це стосується не лише підприємств з прифронтових територій, а й з інших регіонів України, які зазнають втрат внаслідок ворожих атак.

За даними звіту Світового банку[4], 20% українського бізнесу безпосередньо зазнали руйнувань (найбільше постраждав схід країни – біля 47%, південь – 29%). 70% бізнесу зазнали падіння доходів у середньому в два рази у порівнянні із 2021

роком. У східних областях дохід впав у три рази, на півдні – на рівні 60%, на заході – 40%.

За даними НБУ щодо ділових очікувань[5], бізнес має оптимізм щодо зростання ділової активності в наступні 12 місяців. Перешкодами, окрім безпекових ризиків, є порушення логістики вантажів через західні кордони внаслідок блокади, проблеми з енергопостачанням внаслідок руйнування енергетичної інфраструктури через обстріли, падіння споживчого попиту, нестача робітників через мобілізацію та виїзд за кордон, недостатнє фінансування. Проте спостерігається збільшення інвестицій в основні засоби (машини, обладнання та інвентар), що призведе до зростання обсягів виробництва товарів і послуг та розвитку власних підприємств.

Подолання економічного спаду воєнного часу залежить від швидкості та ефективності відновлювальних процесів, які визначатиме не лише перебіг військових дій та подолання диспропорції на ринку праці, а й обсяг міжнародної допомоги, яка є вагомим джерелом фінансування бюджетного дефіциту та інвестицій в Україну. Фінансовий ресурс, який спрямовується для відновлення пошкоджених чи зруйнованих активів – це джерело для виплати компенсацій постраждалому від війни населенню та бізнесу, а відповідно для підтримки економіки.

Відплив капіталу з економічної території України та релокація бізнесу за кордон. Відсутність прогнозованості щодо термінів закінчення війни підвищує ризик зменшення зацікавленості з боку фінансових установ у підтримці інвестиційних проектів.

Проте, згідно дослідження Європейської Бізнес Асоціації, бізнес продовжує абули тимчасово заборонені через використання платіжних карток для оплати операцій «quasi cash», щоб обійти чинні обмеження Національного банку, зокрема для інвестування за кордон.

Проте одним з пріоритетів руху України на шляху до євроінтеграції є продовження валютної лібералізації з метою заохочення до надходження капіталу в Україну від потенційних інвесторів, які мають намір працювати в Україні і отримувати частину прибутку, щоб розпоряджатись нею.

Держава від початку війни здійснила низку кроків, спрямованих на боротьбу з фіктивним імпортом та експортом товарів і послуг та пришвидшення термінів повернення валюти в країну, знизивши граничні терміни розрахун-

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

ків за операціями з експорту з 05.04.2022 р. з 365 до 180 днів, а з 10.11.2023 р. – до 90 днів для окремих товарів, що формують більшу частку експорту (пшениця, жито, ячмінь, овес, кукурудза, соя, насіння соняшнику, різні види олій). За оцінками Міністерства економіки у 2023 році, у порівнянні з 2021 роком, питома вага валового нагромадження основного капіталу у ВВП зростала майже на 4 в.п. до 17,1% переважно коштом бюджетного фінансування.

Основним джерелом припливу капіталу в країну залишатиметься очікувана міжнародна допомога. У 2024 році за базовим сценарієм прогнозу НБУ Україна отримає близько 37 млрд дол. США у вигляді зовнішніх кредитів і грантів, проте через руйнування енергетичної інфраструктури, масштаб втрат капіталу, ринків збуту та робочої сили, прогнозований ВВП у 2024 році не досягне рівня 2021 року. Стрімке зростання ВВП може стати можливим лише за умови реалізації масштабної відбудови за участю міжнародних партнерів, пов'язаної з цим активності приватних інвесторів та використання конфіскованих активів рф.

Внаслідок повномасштабного вторгнення у першій половині 2022 р. відбувався активний процес релокації бізнесу, який охоплював переважно більш мобільні види бізнесу, сегмент малого підприємництва, який працює в сфері послуг і не потребував значних інвестицій для переміщення за кордон і був спричинений передусім вимушеною міграцією громадян України.

У випадку посилення чи тривалого збереження економічних та воєнних перешкод для нормальної діяльності компаній в Україні ризики розширення процесів релокації можуть підвищитися.

Релокацією бізнесу слід вважати і реєстрацію бізнесів за кордоном, коли українські громадяни проводять підприємницьку діяльність і сплачують податки на території іншої країни. Лише у Польщі, як повідомляє видання Rzeczpospolita, з посиланням на дані з Центрального реєстру та інформації про економічну діяльність, у 2023 році кожне десяте індивідуальне підприємство відкривали українці, а кількість ФОПів, якими були громадяни України, зросла на дві третини у порівнянні із 2022 роком. До початку повномасштабного вторгнення, у січні та лютому 2022 року, українці реєстрували у Польщі трохи більше за 200 індивідуальних підприємств щомісячно. Вже в березні ця кількість зросла до майже 600

на місяць, але далі кількість реєстрацій протягом наступних місяців стрімко зростала (у квітні – до 1300, а в травні та червні – до 1700). У наступні місяці кількість реєстрацій становила 2 тисячі підприємств. Починаючи з 2023 року, коли війна у свідомості громадян перейшла у затяжний характер, темпи зростання пришвидшилися. У березні, серпні, вересні та жовтні кількість нових реєстрацій зростала до 2700–2800 щомісяця. Найменше було зареєстровано у грудні 2023 року – біля 2 тисяч.

За 2023 рік було зареєстровано 30 325 нових українських індивідуальних компаній, що на понад 67% більше у порівнянні із 2022 роком (18 139 компаній).

У підсумку кількість усіх нових реєстрацій компаній у Польщі сягнула 299 тисяч, тобто українські ФОПи склали понад 10% компаній, створених на той час. Загалом у 2022–2023 роках українці реєстрували в Польщі 48 464 ФОПи.

Зниження експортного потенціалу України. Сектори економіки, які традиційно займали провідні позиції в експорті, зазнали великих втрат внаслідок збройної агресії рф через значні руйнування та окупацію територій. Зокрема, частка металургійного виробництва у структурі реалізації промислової продукції за 9 міс. 2023 р. скоротилася на 7,9 в.п. порівняно з 2021 р. і складає 9,9%, через значні руйнування підприємств, тимчасову їх окупацію та заблоковану логістику.

Згідно розрахунків Центру досліджень продовольства та землекористування Київської школи економіки (KSE Агроцентр), проведених спільно зі Світовим банком [6], експортоорієнтований агросектор внаслідок повномасштабного російського вторгнення зазнав прямих збитків і втрат на суму понад \$80 млрд. За підсумками 2023 року вартість знищених активів становить \$10,3 млрд, що на 18% більше, ніж було оцінено у квітні 2023 року. \$5,8 млрд, або 56,7% від усіх збитків становить пошкоджена та знищена сільськогосподарська техніка. Частково або повністю пошкоджено близько 181 000 одиниць сільськогосподарської техніки та устаткування.

Експерти оцінюють шкоду від викрадення або знищення вже виробленої продукції у суму \$1,97 млрд, збитки через пошкодження зерносховищ – \$1,8 млрд, збитки, завдані багаторічним насадженням – \$398 млн, тваринництву – \$254 млн, аквакультури та рибальству – \$35 млн.

Втрати виробників сільськогосподарської продукції внаслідок недоотримання доходу та збільшення собівартості продукції склали \$69,8 млрд. Загальні потреби у реконструкції та відновленні протягом наступних 10 років становлять \$56 млрд. Пріоритетні потреби на 2024 рік – \$435 млн, більшість із яких уже покрито донорським фінансуванням.

Крім значних збитків від руйнування та пошкодження виробничих об'єктів, чинниками, які перешкоджають експорту є продовження блокади вантажних перевезень на західному кордоні, обмеження морських транспортних шляхів. Все це негативно впливає на зовнішньоторговельний баланс та генерує ризики для валютної стабільності.

Висновки

1. Суттєвими загрозами економічній безпеці в макроекономічній сфері, які впливають на діяльність МСП в Україні в умовах воєнного стану є: економічний спад через згортання ділової активності в умовах війни, неможливості ведення бізнесу в окремих регіонах країни; вплив капіталу з економічної території України та релокація бізнесу за кордон; зниження експортного потенціалу України, руйнування ланцюгів постачання, незначеність на міжнародних ринках та регуляторна непередбачуваність. Можливості відновлення підприємницького потенціалу в Україні суттєво залежать від державної політики підтримки МСП.

2. Державна політика щодо підтримки ММСП має включати напрямки:

- постійний аналіз, актуалізацію та напрацювання нових механізмів і програм, спрямованих на відновлення діяльності ММСП;

- впровадження заходів, спрямованих на мінімізацію дискримінаційних проявів до суб'єктів підприємництва з боку контролюючих органів ;

- запровадження змін в роботі платформ з податкового адміністрування;

- покращення доступу до фінансування підвищення обізнаності бізнесу щодо кредитних та грантових програм;

- створення антикорупційної організаційної інфраструктури для стимулювання інтернаціоналізації МСП;

- поширення цифровізації бізнесу для посилення незалежності фінансово–господарських операцій, переведення їх в онлайн.

3. В умовах гібридної війни актуалізується потреба у постійному поліпшенні бізнес–середо-

вища з метою максимального розкриття підприємницького потенціалу як головного рушія відновлення. Це вимагає постійного моніторингу поточних потреб і наявних перешкод для розвитку малого та середнього бізнесу в Україні.

Список використаних джерел:

1. Верхоглядова Н.І. Особливості управління безпекою підприємницької діяльності в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 39.

2. Варналій З. С. Бондаренко С. М. Фінансова безпека підприємств України в умовах війни та повоєнного відновлення. Університет Григорія Сковороди в Переяславі. Економічний вісник університету. 2023.

3. Атарова В. О. Науковий керівник: Воронко О. С., к.е.н., доц. Львівський торговельно–економічний університет проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні. Львівський торговельно–економічний університет. Матеріали. ІІІ Міжнародної науково–практичної конференції молодих вчених і студентів. 2 березня 2023 року Україна, м. Львів. с.20

4. World Bank Group. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/56478284-da0c-4f4d-ac9c-10d12870564e/content>. (дата звернення: 24.06.2024).

5. НБУ. Щодо ділових очікувань підприємств України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/biznes-tretiy-kvartal-pospil-pozitivno-otsiniv-perspektivi-svogo-ekonomichnogo-rozvitku--rezultati-opituvannya-kerivnikiv-kompaniy-u-iv-kvartali-2023-roku> (дата звернення: 23.06.2024).

6. KSE. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/05/RDNA2.pdf> (дата звернення: 24.06.2024).

References:

1. Verhogyadova N.I. Peculiarities of security management of business activity in the conditions of martial law. Economy and society. 2022. Issue 39.

2. Varnalii Z. S. Bondarenko S. M. Financial security of enterprises of Ukraine in the conditions of war and post-war recovery. Grigory Skovoroda University in Pereyaslav. Economic Bulletin of the University. 2023.

3. V. O. Atarova Scientific supervisor: O. S. Voronko, Doctor of Economics, Assoc. Lviv University of Trade and Economics, problems and prospects of business development in Ukraine. Lviv University of Trade and Economics. Materials. III International scientific and practical conference of young scientists and students. March 2, 2023, Ukraine, Lviv. p. 20.

4. WorldBankGroup. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/56478284-da0c-4f4d-ac9c-10d12870564e/content>. (date of application: 24.06.2024).

5. NBU Regarding the business expectations of Ukrainian enterprises. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/biznes-tretiy-kvartal-pospil-pozitivno-otsiniv-perspektivi-svogo-ekonomichnogo-rozvitku--rezultati-opituvannya-kerivnikiv-kompaniy-u-iv-kvartali-2023-roku> (date of application: 23.06.2024).

6. KSE. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/05/RDNA2.pdf> (access date: 24.06.2024).

Дані про автора

Гейко Тетяна Юніївна,

здобувачка, головна консультантка відділу економічної стратегії, Національний інститут стратегічних досліджень, Україна,

e-mail: geykotu@niss.gov.ua

Data about the author

Tatyana Heiko,

PhD student, Senior Consultant, Economic Strategy Division, National Institute for Strategic Studies, Ukraine,

e-mail: geykotu@niss.gov.ua

УДК 658.8:005.412-028.63

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764667>

КОЛОДІЙЧУК А. В.
ВАЖИНСЬКИЙ Ф. А.

Цифровий маркетинг: особливості та перспективи розвитку

Предметом дослідження є особливості та перспективи розвитку цифрового маркетингу.

Метою дослідження є визначення механізму удосконалення цифрового маркетингу в національній економіці.

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

Результати роботи. У статті визначено особливості розвитку цифрового маркетингу в національній економіці. Розглянуті перспективи удосконалення цифрового маркетингу в національній економіці. Охарактеризований механізм удосконалення цифрового маркетингу в національній економіці.

Висновки. Механізм удосконалення цифрового маркетингу в національній економіці включає в себе комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності і результативності цифрових маркетингових стратегій. Даний процес передбачає аналіз ринкових тенденцій, вивчення поведінки споживачів, впровадження інноваційних технологій, постійний моніторинг та вдосконалення цифрових кампаній. Важливим етапом вдалої реалізації механізму удосконалення є аналіз результатів останніх цифрових проектів, виявлення слабких сторін та вдосконалення стратегій на їхній основі. Головною метою цифрового маркетингу є не лише залучення цільової аудиторії, але й збільшення продажів, підвищення інформованості про бренд та підтримка взаємодії з клієнтами. Тільки сполучення творчого підходу та використання передових цифрових інструментів може забезпечити успішні результати цифрового маркетингу в національній економіці.

Ключові слова: цифрова економіка, національна економіка, бренд, цифровий маркетинг, інфографіка, контент, стратегія, інновації, персонал, споживачі.

KOLODIYCHUK A. V.
VAZHYNISKYY F. A.

Digital marketing: features and development prospects

The subject of the study is the peculiarities and prospects of the development of digital marketing.

The purpose of the study is to determine the mechanism for improving digital marketing in the national economy.

Research methods. The article 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 specifics of the development of digital marketing in the

national economy. Prospects for improving digital marketing in the national economy are considered. The mechanism of improvement of digital marketing in the national economy is characterized.

Conclusions. *The mechanism for improving digital marketing in the national economy includes a set of measures aimed at increasing the efficiency and effectiveness of digital marketing strategies. This process involves analysis of market trends, study of consumer behavior, implementation of innovative technologies, constant monitoring and improvement of digital campaigns. An important stage in the successful implementation of the improvement mechanism is the analysis of the results of the latest digital projects, the identification of weaknesses and the improvement of strategies based on them. The main goal of digital marketing is not only to attract the target audience, but also to increase sales, increase brand awareness and maintain interaction with customers. Only a combination of a creative approach and the use of advanced digital tools can ensure successful results of digital marketing in the national economy.*

Keywords: *digital economy, national economy, brand, digital marketing, infographics, content, strategy, innovation, staff, consumers.*

Постановка проблеми. Цифровий маркетинг є невід'ємною складовою успішного бізнесу в сучасному світі. Швидкі темпи технологічного прогресу вимагають постійного розвитку та вдосконалення маркетингових стратегій. У національній економіці цифровий маркетинг відкриває широкі можливості для залучення нових клієнтів, підвищення конкурентоспроможності та впровадження інновацій. Маркетингові стратегії постійно еволюціонують, особливо в умовах цифрової епохи. Цифровий маркетинг стає все більш важливим для компаній будь-якого масштабу. Він дозволяє досягти цільової аудиторії швидко, ефективно та вартісно-ефективно. Однією з особливостей цифрового маркетингу є можливість точного визначення і відстеження результатів кампаній. Це дозволяє аналізувати дані, коригувати стратегію та досягати кращих результатів. Крім того, цифровий маркетинг дозволяє персоналізувати комунікацію з клієнтами, що збільшує їх задоволеність та лояльність. Щодо перспектив розвитку цифрового маркетингу, варто відзначити зростання значення мобільного маркетингу, інтеграцію штучного інтелекту в рекламні кампанії, а також розвиток реклами в соціальних мережах. Однією з основних особливостей цифрового маркетингу є можливість точного таргетування аудиторії за допомогою аналізу даних та персоналізації контенту. Це дозволяє підприємствам ефективно спілкуватися з своєю цільовою аудиторією, забезпечуючи високу конверсію та збільшуючи прибутковість бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Особливості розвитку інформаційної економіки та різні аспекти використання ІКТ досліджувалися такими вченими, як: Вітлінський В.В., Головач Т.В., Ілляшенко С.М., Клапків М.С., Лук'яно-

ва В.В., Павленко О.О. та інші. Однак, вивченню перспектив розвитку цифрового маркетингу приділено недостатньо уваги, що потребує подальшого дослідження.

Мета статті – визначення механізму удосконалення цифрового маркетингу в національній економіці.

Виклад основного матеріалу. Особливості розвитку цифрового маркетингу в національній економіці дуже важливі в сучасному світі. З появою Інтернету та цифрових технологій комунікація між підприємствами та споживачами значно змінилася. Цифровий маркетинг надає можливість ефективно просувати продукцію та послуги, налаштовувати індивідуальний підхід до кожного клієнта, вести аналіз ефективності кампаній.

Однією з особливостей цифрового маркетингу є швидкість і ефективність розповсюдження інформації. Завдяки соціальним мережам, пошуковим системам та іншим онлайн платформам, компанії можуть оперативнo взаємодіяти зі споживачами, впливати на їх рішення та впроваджувати нові маркетингові стратегії.

Важливою особливістю цифрового маркетингу є можливість збору та аналізу великої кількості даних. За допомогою спеціалізованих аналітичних інструментів, компанії можуть визначити потреби та інтереси своїх клієнтів, налаштувати продукцію та послуги під їх вимоги, а також прогнозувати майбутні тенденції ринку.

У цілому, цифровий маркетинг відкриває безліч можливостей для підприємств у сфері реклами та просування продукції. Важливо ефективно використовувати ці можливості, адаптувати стратегії до змін у цифровому середовищі та надавати клієнтам якісний та цікавий контент.

ІННОВАЦІЙНО–ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

Крім того, важливою складовою цифрового маркетингу є можливість здійснювати таргетовану рекламу. Завдяки розумному використанню даних про споживачів, компанії можуть точно визначити свою цільову аудиторію і надати їм рекламу, яка буде цікавою саме для них. Це дає можливість зекономити кошти на рекламній кампанії, а також підвищити її ефективність. Крім того, цифровий маркетинг надає можливість взаємодії з клієнтами у режимі реального часу. Спілкування через соціальні мережі, чати та інші онлайн платформи дозволяє швидко відповідати на запитання та відгуки клієнтів, вирішувати їх проблеми та будувати довгострокові відносини з ними.

Важливим аспектом цифрового маркетингу є постійний аналіз та вдосконалення стратегій. Ринок цифрового маркетингу постійно змінюється, тому компаніям важливо бути в курсі останніх тенденцій, а також адаптувати свої стратегії залежно від потреб своєї аудиторії та результатів попередніх кампаній. Тільки так вони зможуть досягти успіху в цифровому світі маркетингу.

Для успішної реалізації цифрового маркетингу важливо також мати добре продуману контент стратегію. Якісний контент на сайті, в блозі, в соціальних мережах чи в електронних розсилках привертає увагу аудиторії, стимулює взаємодію та допомагає у вирішенні проблем та завдань цільової аудиторії. Крім цього, забезпечення єдиної інтегрованої стратегії маркетингу, яка охоплює всі цифрові канали комунікації, є важливим аспектом успішного розвитку бренду в онлайн просторі.

Крім організації контенту та інтегральної стратегії, аналіз показників та результатів займає не менш важливе місце у цифровому маркетингу. Моніторинг і вимірювання результатів дозволяють зрозуміти, що працює добре, а що потребує покращення, а також адаптувати стратегії та дії для досягнення максимальних результатів. Це допомагає ефективно реагувати на зміни в попиті та потребах аудиторії, а також оптимізувати витрати на маркетинг та рекламу.

Унікальність та індивідуальність – ще один важливий аспект успішного цифрового маркетингу. Компанії повинні розвивати унікальний стиль та голос бренду, який буде відрізнятися від конкурентів і привертати увагу цільової аудиторії. Побудова особистого спілкування та індивідуальних відносин із клієнтами дозволяє створити довгострокові зв'язки, що позитивно познача-

ється на репутації бренду та збільшує його популярність серед споживачів.

Для успішного цифрового маркетингу також важливо регулярно оновлювати контент і пристосовувати його до потреб аудиторії. Важливо слідкувати за трендами та змінами у сфері маркетингу, щоб завжди бути у курсі подій і вчасно реагувати на зміни. Також необхідно враховувати різні формати контенту, які привертають увагу вашої аудиторії, такі як відео, інфографіка, аудіо або анімація.

Крім того, для успіху в цифровому маркетингу важливо будувати довіру з аудиторією. Чесність, відкритість і спілкування з клієнтами допоможуть покращити репутацію бренду і збільшити лояльність споживачів. Важливо брати участь в діалозі з аудиторією, відповідати на їх запитання та враховувати їх думку і побажання.

Для успішного цифрового маркетингу необхідно постійно вдосконалюватися. Освоювати нові технології та вдосконалювати стратегії маркетингу, щоб завжди бути на крок попереду конкурентів. Тільки так буде можливо досягти успіху і збільшити прибуток в онлайн просторі.

Цифровий маркетинг стає все більш важливим і стратегічним інструментом для розвитку бізнесу в національній економіці. З появою інтернету та соціальних мереж цифровий маркетинг відкриває безліч нових можливостей для просування товарів і послуг. Одним з важливих напрямків розвитку цифрового маркетингу є переорієнтація на споживача. Клієнт займає центральне місце в усіх маркетингових стратегіях, адже саме він визначає успіх чи невдачу продукту. Також важливою є персоналізація реклами і просування, бо кожен користувач інтернету має свої уподобання і потреби. Використання аналітичних інструментів для вимірювання ефективності рекламних кампаній є необхідним, щоб зрозуміти, які стратегії працюють і які потребують коригувань. Цифровий маркетинг в національній економіці надає можливість досягнення нових аудиторій та підвищення конкурентоспроможності бізнесу.

Механізм удосконалення цифрового маркетингу в національній економіці є важливим інструментом для розвитку сучасних бізнес-процесів. Цифрові технології дозволяють підприємствам ефективно взаємодіяти зі споживачами, підвищувати обсяги продажів і покращувати свою конкурентоспроможність на ринку.

Для успішного впровадження цифрового маркетингу необхідно розробити комплексну стратегію,

яка враховуватиме потреби бізнесу, особливості цільової аудиторії та конкурентне середовище. Ключовими елементами цієї стратегії є аналіз цифрового ринку, визначення мети і завдань маркетингових кампаній, вибір оптимальних інструментів просування та вимірювання результативності.

Крім того, для ефективного впровадження цифрового маркетингу важливо мати кваліфікований персонал, який володіє необхідними знаннями і навичками. Також важливо постійно вдосконалювати свої знання в галузі цифрового маркетингу, вивчати нові технології та тренди, що допоможе підприємству залишатися конкурентоздатним на ринку.

У цілому, цифровий маркетинг відкриває широкі можливості для підприємств у національній економіці. Його впровадження допоможе підвищити ефективність маркетингових кампаній, залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажів, що сприятиме розвитку бізнесу.

Цифровий маркетинг в сучасній національній економіці відкриває безліч можливостей для підприємств у плані просування своїх товарів та послуг. Систематичний аналіз ринку дозволяє прогнозувати й адаптувати маркетингові стратегії, враховуючи зміни в попиті та конкурентному середовищі. Зростання конкуренції на ринку вимагає від компаній постійного вдосконалення своїх цифрових кампаній і стратегій, щоб залишатися актуальними для споживачів.

Успішна реалізація цифрових проектів також вимагає дотримання високих стандартів якості та дотримання термінів. Постійний контроль за виконанням цифрових кампаній, вимірювання їх ефективності та вчасна корекція стратегій забезпечує підтримку високого рівня результативності маркетингових дій. Такий підхід дозволяє компаніям не лише зберегти свою позицію на ринку, але й знаходити нові можливості для зростання бізнесу та залучення нових клієнтів.

Цифровий маркетинг дозволяє підприємствам не лише залучати нових клієнтів, але й побудувати стійкі та довгострокові відносини зі своєю аудиторією. Використання різноманітних онлайн-інструментів та технологій дозволяє підтримувати постійний контакт зі споживачами, слухати їхні вподобання та реагувати на їхні потреби. Така взаємодія з клієнтами сприяє не лише підвищенню їхньої лояльності, але й розширенню бізнесу та збільшенню обсягів продажів.

Висновки

Механізм удосконалення цифрового маркетингу в національній економіці включає в себе комплекс заходів, спрямованих на підвищення ефективності і результативності цифрових маркетингових стратегій. Даний процес передбачає аналіз ринкових тенденцій, вивчення поведінки споживачів, впровадження інноваційних технологій та інструментів, а також постійний моніторинг та вдосконалення цифрових кампаній. Важливим етапом вдалої реалізації механізму вдосконалення є аналіз результатів останніх цифрових проектів, виявлення слабких сторін та вдосконалення стратегій на їх основі. Головною метою цифрового маркетингу є не лише залучення цільової аудиторії, а й збільшення продажів, підвищення відомості про бренд та підтримка взаємодії з клієнтами. Тільки здійснення творчого підходу та використання передових цифрових інструментів може забезпечити успішні результати цифрового маркетингу в національній економіці.

Література

1. Важинський Ф. А., Ноджак Л. С., Колодійчук А. В. Оцінка ефективності управління системою збуту машинобудівних підприємств. Економіка промисловості. 2010. № 1. С. 119–122.
2. Вачевський М. В., Скотний В. Г. Маркетинг у сферах послуг: навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 232 с.
3. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Каганець–Гаврилко Л. П., Гуштан Т. В., Крамченко Р. А. Конкурентні технології в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2023. 184 с.
4. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Важинський Ф. А., Індус К. П. Міжнародні фінанси і фінансовий менеджмент в задачах та прикладах: навчальний посібник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2020. 161 с.
5. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Лазур С. П., Важинський Ф. А. Міжнародна економіка в таблицях, схемах, формулах, задачах і прикладах: навчальний посібник. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2019. – 258 с.
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., Гуштан Т. В., Молнар О. С., Василюх Н. В., Чобаль Л. Ю. Міжнародні перевезення в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2021. 189 с.

8. Колодійчук А. В. Інноваційний розвиток промисловості: завдання управління при врахуванні умов недосконалої конкуренції: монографія. Львів: Ліга–Прес, 2015. 324 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., Семчук Ж. В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу. Науковий вісник НЛТУ України. 2009. Вип. 19 (9). С. 191–196.

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

References

1. Vazhynskyy, F. A., Nodzhak, L. S., & Kolodiychuk, A. V. (2010). Otsinka efektyvnosti upravlinnya systemoyu zbutu mashynobudivnykh pidpryyemstv [Assessment of the efficiency of management of the sales system of machine–building enterprises]. *Ekonomika promyslovosti – Economy of Industry*, 1, 119–122. [in Ukrainian].

2. Vachevskyy, M. V., & Skotnyy, V. H. (2004). *Marketing u sferakh posluh* [Marketing in the sphere of services]: Teaching manual. Kyiv: Center of Educational Literature. [in Ukrainian].

3. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Kahanets–Havrylko, L. P., Hushtan, T. V., & Kramchenko R. A.. (2023). Konkurentni tekhnolohiyi v mizhnarodniy ekonomitsi [Competitive technologies in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

4. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Vazhynskyy, F. A., & Indus, K. P. (2020). Mizhnarodni finansy i finansovy menedzhment v zadachakh ta prykladakh [International finance and financial management in problems and examples]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

5. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Lazur, S. P., & Vazhynskyy, F. A. (2019). Mizhnarodna ekonomika v tablytsyakh, skhemakh, formulakh, zadachakh i prykladakh [International Economics in Tables, Schemes, Formulas, Problems and Examples]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [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., Hushtan, T. V., Molnar, O. S., Vasylykha, N. V., & Chobal, L. Yu. (2021). Mizhnarodni

perevezennya v mizhnarodniy ekonomitsi [International transportation in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing [in Ukrainian].

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

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

10. 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].

11. 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].

Дані про авторів

Колодійчук Анатолій Володимирович,

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

e–mail: kolodiychuka@i.ua

Важинський Федір Анатолійович,

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

e–mail: vazyn@i.ua

Data about the authors

Anatoliy Kolodiychuk,

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

e–mail: kolodiychuka@i.ua

Fedir Vazhynskyy,

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

e–mail: vazyn@i.ua

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 64.011.3 + 669.884

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764673>

БОДЮК А. В.

Потребо–ресурсологічні дослідження літію

Актуальність теми визначається економічною перспективою літієрудного гірництва, необхідністю його потребо–ресурсних досліджень для прикладних теоретичних розробок.

Постановка проблеми: обґрунтування досліджень перспективного природо–ресурсного потенціалу літієвих родовищ за потребо–ресурсним підходом, розвитку наукової бази літієвого надрогосподарювання.

Мета і завдання досліджень. Провести аналіз особливості та перспективності мінерально–ресурсної бази й обґрунтувати коло понять з потреб надре–літієвих ресурсів за наукових напрямів літієвої ресурсоніки. Завдання досліджень: започаткувати застосування потребо–ресурсного підходу до відображення результатів дослідження літієвого надрокористування; враховувати фактор народної власності на надра; обґрунтувати ознаки літієвих ресурсів; висвітлити ресурсні аспекти родовищ літію у сукупності з іншими елементами; започаткувати розробку літієвої ресурсоніки.

Методологія і методи дослідження: потребо–ресурсний і натурально–ресурсний підходи до інформаційного відображення результатів надрокористування; принципи комплексності; історизму в дослідженнях; логічні обґрунтування сутності і видів потреб у геологічних об'єктах і процесах рудного надрокористування.

Результати дослідження. Літієва ресурсологія вивчає: потреби народу, суб'єктів господарювання, економіки країни, внутрішньої й міжнародної торгівлі в літієвих ресурсах; види потреб у надрокористуванні; корисні копалини як об'єкти власності народу, потреб у них суб'єктів господарювання на етапах від видобування і до промислової переробки у готову продукцію. Обґрунтовані принципи потребо–ресурсного територіального надрогосподарювання.

Висновки. Науково обґрунтований і системний в інтересах народу розвиток літієвої галузі перспективний для світу, України і її населення, територіальних громад, тому галузь потрібно фінансувати за зростаючими потребами, за рахунок внутрішніх інвесторів.

Ключові слова: потреби, ресурси, літій, корисні копалини, родовища, гірництво, екологія.

BODYUK A. V.

Resurological studies of lithium

Relevance of the topic: it is determined by the economic perspective of lithium ore mining, the necessity of its demand–resource studies for applied theoretical developments. Statement of the

problem: substantiation of studies of promising natural resource potential of lithium deposits according to the need–resource approach, development of the scientific base of lithium surface management.

The purpose and tasks of research. *The purpose of the research: to analyze the features and prospects of the mineral resource base and to substantiate the range of concepts on the needs of ultra–lithium resources under the scientific directions of lithium resource engineering. Tasks of the research: to initiate the application of the resource–resource approach to the display of the results of the study of lithium subsoil use; take into account the factor of national ownership of the subsoil; substantiate the signs of lithium resources; highlight the resource aspects of lithium deposits in combination with other elements; start the development of lithium resursonics.*

Methodology and methods of research: *demand–resource and natural–resource approaches to the information display of the results of subsoil use; principles of complexity; historicism in research; logical substantiation of the essence and types of needs in geological objects and processes of ore subsoil use.*

Research results. *Lithium resource science studies: the needs of the people, business entities, the country's economy, domestic and international trade in lithium resources; types of needs in subsoil use; minerals as objects of property of the people, their needs of business entities at the stages from extraction to industrial processing into finished products. Grounded principles of need–resource territorial land management.*

Conclusions. *Scientifically based and systematic development of the lithium industry in the interests of the people is promising for the world, Ukraine, its population, territorial communities, therefore the industry should be financed according to growing needs, at the expense of domestic investors.*

Key words: *needs, resources, lithium, minerals, deposits, mining, ecology.*

Постановка проблеми. В Україні розвиток і використання мінерально–сировинної бази (МСБ) за державними і суб'єктів господарювання потребами регламентується і стимулюється, державними програмами [1; 2], конкретними законами, іншими нормативно–правовими актами. МСБ складає потужний природно–ресурсний потенціал економіки країни, її експортний потенціал та й підвищення добробуту народу країни. За порівнявальними світовими оцінками Україна належить до найбільш багатих на природні ресурси країн в Європі, зокрема надрові, у тому числі на літій.

Керування з боку держави процесами видобування та господарського застосування літію має здійснюватися в Україні за регламентаціями, визначені Гірничим законом України, Кодексом України про надра, Податковим кодексом України; Законом України «Про охорону навколишнього природного середовища» та ін. [3 – 6].

У Загальнодержавній програмі розвитку мінерально–сировинної бази України на період до 2030 року, затвердженій Законом України від 21 квітня 2011 року №3268 –VI, перспективи застосування літію виділені в окремий розділ. У цьому розділі Програми літій виокремлений як вид сировини. Зокрема записано, що «Цей вид сировини належить до категорії В. Україна має значні запаси і перспективні ресурси літію. За розві-

даними запасами і прогнозними ресурсами літію Україна може вважатися найбільш забезпеченою країною в Європі (включно з Європейською частиною Росії). Україна в змозі забезпечити в повному обсязі власні потреби і забезпечити потреби західноєвропейського ринку в літєвій сировині». У цьому документі визначені необхідність виявлення запасів промислових категорій Полохівського родовища та Шевченківського рудного поля; проведення розвідки та підготовка родовищ до промислового освоєння та інші перспективи. У цьому документі хоча, на наш погляд, визначені перспективи, але все–таки недостатньо чітко наукові аспекти літєрудного надрокористування, його потреби як з боку держави, так і суб'єктів господарювання. Взагалі–то поняття перспектив, хоча і не чітко, але в узагальненому розумінні, на наш погляд, орієнтує і на потреби.

Отже, виходячи з положень цього державного документу нескладно зробити висновок про необхідність наукових обґрунтувань комплексу понять щодо потреб у літії, його видобуванні, методики їх визначення, оцінок у показниках, моделювання та ін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Літій – це м'який сріблясто–білий метал. Серед хімічних елементів він найлегший з усіх твердих речовин. До найбільш поширених форми залягання

літію належать соляні родовища та тверді гірські породи. Ресурси і запаси літію оцінюються високими ресурсометричними показниками. Виявлені світові ресурси літію складають десятки мільйонів тонн, Найбільші їх показники у Чилі, Канаді, Австралії, Аргентині, Китаї, США та й в інших країнах.

В Україні також великі ресурси і запаси літію, найбільші у Європі. До особливостей його родовищ в країні належать: родовища не бідні на різні корисні копалини; кожне родовище унікальне і не має аналогів у світі; всі родовища комплексні, тобто крім літію, містять й інші руди дорогих і рідкісних матеріалів; геологічні особливості покладів (глибина, низька питома вага літію у рудах) та ін. Зокрема в українських родовищах крім літію виявлені берилій, тантал, ніобій, рубідій, цезій, олово, вольфрам, золото та інші, що належать до рідкісних, з низькими концентраціями, але також дорогі, як і літій. Тому і потрібні власні розробки технологій переробки руди з врахуванням усього складу мінералів.

Але у відомій нам літературі не поширені теоретичні розробки щодо різних видів потреб в літії, його рудах, видобутку взагалі, по родовищах, оскільки ще не має сучасної промислової гірничої розробки родовищ, а тому обмежені на дослідженнях виробничої практики й публікації по літієвій галузі.

Тому теоретично, з практичними рекомендаціями проблеми визначення потрібності в літії та розробки літієвих родовищ, взагалі літієвого надрокористування у літературі відображені, на наш погляд, дуже й дуже рідко і поверхнево. Але вирішення таких проблем надто перспективне, оскільки перспективне господарське використання родовищ з літієм і видобутого літію.

Мета та завдання досліджень. Мета досліджень: обґрунтувати суть, види й особливості потреб, впровадження потребо-ресурсного підходу в процесі аналізу особливостей та оцінки перспективності мінерально-ресурсної бази й надре-літієвих ресурсів як один з наукових напрямів літієвої ресурсоніки.

Завдання досліджень:

1) проаналізувати природо-ресурсний потенціал і перспективність видобування і застосування літію за потребами у національному виробництві;

2) проаналізувати синоніми до слова потреби та виокремити їх прикладний зміст і відмінності;

3) обґрунтувати види потреб і ресурсів для застосування у відображенні стану літієвих родовищ з супутніми корисними копалинами;

4) сформулювати рекомендації по застосуванню конкретних видів потреб в теоретичних і практичних розробках геологічної та економічної інформації про процеси і результати надрокористування;

5) обґрунтувати для запровадження принципи потребо-ресурсного територіального надрого-сподарювання.

Зауважимо, що різні види та сторони потреб розробки літієвих родовищ, застосування техніко-технологічних засобів належить до ще мало досліджених і відповідно відображених у літературних джерелах.

Окремо відмітимо, що у відомій нам геологічній літературі взагалі різні поняття потреб застосовується навіть дуже рідко [7 – 13]. Тому обґрунтування понятійного апарату для наукових розробок щодо геології необхідно вважати належать до сучасних.

Матеріали і результати досліджень. У теоріях суспільного виробництва застосовуються з певними обґрунтуваннями поняття виробничої діяльності, матеріального та нематеріального виробництва, засобів виробництва, предметів праці та ін.

У складі суспільного виробництва структурно виділяються такі фази: власне виробництво, розподіл, обмін, споживання. Фази можна виділити і на процесах видобування та переробки мінеральних ресурсів, по фазах здійснювати їх певні натуральні та вартісні оцінки у статистичних, кількісних та інших показниках. З врахуванням поділу і використання корисних копалин їх можна поділяти з необхідними класифікаційними ознаками, прийнятими у вітчизняній і зарубіжних прикладних наукових геологічних школах.

На наш погляд, як до виробничу, логічне виділити фазу формування потреб у виробничих ресурсах, зокрема у корисних копалинах. Для цієї фази потрібність у корисних копалинах може визначатися по регламентаціях нормативно-правових актів, відомчих документів. До речі, до виробничу фазу можна поширювати й на потреби корисних копалин для торгівлі ними.

Різні аспекти потреб в літії, його розвідці, видобуванні, збагаченні необхідно визначати перш за все по природних особливостях і розміщенні в надрах родовищ літієвих руд: своєрідність складу, надр з родовищами літію й інших корисних копалин; унікальністю родовищ, оскільки не має їм аналогів в інших країнах; сукупність різних елементів у всіх родовищах України, тобто крім лі-

тію, в них містяться й інші руди дорогих і рідкісних матеріалів; потрібність розробки, впровадження і застосування розроблених українських технологій переробки руди з врахуванням переробки усіх речовин, видобутих з родовища; геологічні особливості покладів (глибина, низька питома вага літію у рудах) та ін.

Далі необхідно обґрунтувати суть і види потреб, їх застосування у формуванні теоретичних розробок літєкористування та практичного їх застосування у відображенні інформації про стан родовищ і результати їх експлуатації. Поняття потреба, за словником трактується як «1. Необхідність, що вимагає задоволення; бажання діяти певним чином. 2. Те, без чого не можна обійтися, умови, що є необхідними для когось або чогось...» [14, с. 577].

Інше визначення трактує потребу як «...стан живого організму, людської особистості, соціальної групи чи суспільства в цілому, що виражає необхідність у чомусь, залежність від об'єктивних умов життєдіяльності і є рушійною силою їхньої активності. Розрізняють біологічні потреби, властиві живим організмам, та соціальні потреби, що мають суспільно-історичний характер і зумовлені розвитком матеріального виробництва. Потреби реалізуються в процесі задоволення їх, активного освоєння предметів споживання» [15].

Наведені два визначення ніяким чином не поширюються на мінералогічну галузь, взагалі, природокористування.

Опубліковані наступні словникові визначення з поясненнями: «ПОТРЕБА (відчуття необхідності задовольнити щось, робити щось, діяти певним чином), ХІТЬ розм., ПОТРІБКА розм., ЗНАДОБА розм., КРАЙНІСТЬ підсил. розм., НУЖДА заст., розм., НАДОБА діал., ПОДОБА діал.; ДІЛО розм., ДІЛЬЦЕ розм. (ділова потреба)...» [16]. Потреба трактується як певна потреба. Надоба трактується як потреба, необхідність. Потрібний, потрібен трактується таким, без якого не можна здійснити, виконати що-небудь, необхідним для чогось.

Але у наведених визначеннях немає орієнтації потреб навіть на природокористування. Тому актуально для геологічних наук обґрунтувати прикладні визначення кола понять з коренем «потреб». Взагалі-то слова: потреба (як одна); потреби (як множина) поширені в літературі, у тому числі геологічній, гірничій, як узагальнені, масштабні. Слово потрібність менше поширене,

а у відомій нам геологічній, гірничій літературі не згадується.

Далі, слово потреба у словниковій літературі трактується як певна потреба (нами як певна, ще і конкретна потреба). До речі, слово певний трактується як чіткий, твердий (про рухи, кроки і т. ін.); який відповідає дійсності; правильний, точний, вірогідний; точно визначений, визначуваний.

Але інші, згадані вище трактування потреби, за нашим баченням, ніяк не поширені на надрокористування взагалі. Нами пропонується застосувати наступні поняття:

1) потреба, потреби як іменники, прикметники: потрібний, потрібен; дієслово: потребувати (як загальні, теоретичні, поняття);

2) потрібка, потрібки (конкретний об'єкт);

а) геологічна потрібка, наприклад, літій, свердловина;

б) технічна потрібка (екскаватор, мобільна дробарка);

в) технологічна потрібка (гірничо-експлуатаційна, гірничо-екологічна);

3) потрібність: прикметники: потрібнісіні, потрібніші;

4) надоба, надоби (конкретні).

Такими поняттями можна користуватися для опрацювання інформації про літєві ресурси, родовища літію, їм суміжні корисні копалини і т. п.

За словниковим тлумаченням, поняття «ресурс» на французькій мові трактується як підіймаю, виникаю. Отже це поняття означає розвиток, рух і т. д. Поняттям «ресурс» за українським словником визначають матеріальні засоби, запаси, цінності, кошти і т. п., із поширеним тлумаченням: природний ресурс, економічний ресурс і т. д. [14, с. 623]. У літературі застосовується поняття «потенціал» (лат. – сила; можливий, можливість; сукупність ресурсів, запаси і т. п.), зокрема в [14, с. 576 – 577]. Поняттям потенціалу об'єднується і сукупність ресурсів. Тому й різні види ресурсів та їх взаємозв'язок, взаємозалежність у користуванні визначають потенціал існування, функціонування та ефективної діяльності відповідного суб'єкта господарювання, а також і доходів населення. Нагадаємо, що поняття потреби тлумачиться як необхідність, вимагає задоволення [14, с. 577].

Залежно від ознаки потреб, на наш погляд, літєві ресурси як природні об'єкти логічне досліджувати по групах:

1) потрібнісні за природними ознаками: за складом і властивостями конкретних ресурсів; відповідно природною придатністю для конкретного застосування;

2) потрібнісні для користувачів надр:

- наукових досліджень (історичного походження, хімічний склад, фізичні властивості, природно-ресурсний потенціал та ін.);

- геологорозвідувального виробництва (геологічних підприємств);

- гірництва (видобування, збагачення тощо);

3) господарського застосування (промислова переробка, використання продукції і т. д.);

4) потрібність за значимістю:

- для держави фіскальна (надання дозволів на користування надрами, справляння платежів до державного і місцевих бюджетів);

- для обласних і місцевих адміністрацій (участь у створенні законодавчої бази регулювання надрокористування, проведення екологічних заходів, контроль за дотриманням вимог нормативно-правових актів надрокористувачами і т. п.);

- для народу як власнику надр;

- для територіальних громад (доходи, погодження дозволів на користування надрами, проведення екологічних заходів, зайнятість населення);

- соціальною (зайнятість населення у літієресурсному гірництві, промисловому виробництві, товарно-транспортному переміщенні, складському зберіганні і т. д.);

5) товарно-грошового обміну;

6) інфраструктурна: складування і зберігання, вантажі для транспортних підприємств та ін.

З врахуванням понять «ресурси» і «потреби» виокремимо особливість методології проведення досліджень та відображення їх результатів за потребо-ресурсним підходом до визначення понять, обґрунтувань, з застосуванням абстрактне-логічного, системно-структурного та порівняльного аналізу, статистичного методу і т. д.

Надрові ресурси літію, як широке поняття, слід розуміти в сукупності автогенезного (стихійного доісторичного) чи організованого утворення (наприклад, збагаченням) корисних копалин, подальшого організованого їх геологічного вивчення, вилучення (видобування) і доведення (зокрема транспортування як вантажу) до користувача (покупця, промислового переробного підприємства).

На всіх етапах, тобто видобування і переміщення літієвих руд, можна виокремити їх потрібність:

- надра – потрібнісний об'єкт для народу як власнику надр, держави як уособлювача власника (конституційні визначення);

- родовище літієвих руд – потрібнісний об'єкт для народу, держави;

- руди літію в надрах – потрібнісна природного походження хімічна речовина для суспільного виробництва взагалі;

- експлуатація родовища літієвих руд – потрібнісні для процесів видобування і операцій з видобутком для гірничих суб'єктів господарювання;

- видобуті руди – потрібнісні відповідно за власністю народу і держави;

- видобуті руди – потрібнісні для гірничого суб'єкта господарювання (збагачення, зберігання, переробка);

- видобуті руди – потрібнісні як товари для гірничого суб'єкта господарювання;

- видобуті руди – потрібнісні як товари для торговельних суб'єктів господарювання;

- видобуті руди – потрібнісні як вантажі для транспортних суб'єктів господарювання;

- видобуті руди – потрібнісні як сировина для промисловості (переробного суб'єкта господарювання).

Поняття потребокористувача у відомій нам літературі не застосовується. Нами воно трактується як суб'єкт господарювання, який визначає свої (та і не свої) потреби в конкретних ресурсах, планує їх отримати з певних джерел і застосувати у своїй діяльності, за певними вигодами, результативно і т. д.

За потребо-ресурсним підходом, на наш погляд, літієві ресурси логічне досліджувати як об'єкти потреб по групах суб'єктів права: 1) народу як власника ресурсів надр (у масштабі всього і конкретно територіальних громад); 2) гірництва, видобування і видобуті; 3) промислових підприємств, конкретного господарського застосування; 4) держави (казначейство, акумуляція державних фіскальних ресурсів); 5) підприємств товарно-грошового обміну; 6) підприємств інфраструктури 7) комунальні та ін.

За фіскальних потреб нами рекомендується застосовувати поняття: надрофіскальний продукт замість чинної податкової бази; як спеціальне, воно потребує узаконеного сучасного трактування з позицій, що він (продукт) фактично має ознаки ресурсних (для нарахувань) бюджетних показників, тобто фіскальних надходжень від літієвих надрокористувачів.

ристувачів. Фіскальна вартість продуктів гірничого виробництва нами визначається по фіскальних оцінниках надрофіскальних продуктів, фіскальних нормативах, коригувальних коефіцієнтах.

Виходячи з викладеного літєві ресурси, разом з іншими корисними копалинами, як широке поняття, логічне розуміти в сукупності як автогенезно (стихийно) у далекому минулому утворені в надрах окремі хімічні елементи, з фізичними властивостями, чи організовано утворені (наприклад, збагаченням), оцінені потенційно для майбутнього господарського застосування за потребами.

За різних потреб літєвого галузевого виробництва конкретних видів продукції, безумовно, необхідне організоване геологічне вивчення родовищ, гірниче вилучення руд, виокремлення з них літію або разом з іншими елементами доведення його до користувача (покупця, промислового переробного підприємства) для застосування у подальшому вже за новими потребами.

Види потреб в літєвих ресурсах показано на рис. 1.

За різних потреб літєвого галузевого виробництва конкретних видів продукції, безумовно, необхідне організоване геологічне вивчення родовищ, гірниче вилучення руд, виокремлення з них літію або разом з іншими елементами доведення його до користувача (покупця, промислового переробного підприємства) для застосування у подальшому вже за новими потребами.

На рис. 2 показана схема зміни власників ресурсів.

Перспективних потребувачів, безумовно, можна визначати за різними методами, зокрема, за договорами, як аналогічні, логічно, порівнянням, прямими розрахунками результативності для суб'єкта господарювання, економіко-математичними та ін.

Орієнтації на перспективну потрібність застосування літію в економіці країни можна отримати по окремих сучасних оцінках його поширення у виробництвах продукції, як в Україні, так і за її межами. Зокрема наочний приклад: можна орієнтуватися на узагальнені сучасні показники застосування у світі літію у виробництвах: джерел струму – 71%; скла і кераміки – 14%; каталізаторів – 5%; мастильних матеріалів – 3%; сталеплавильному виробництві – 3%; інших галузях – 4% [17].

Безумовно, що найперспективніші потреби в літії у виготовленні акумуляторів (а також скла і кераміки). Оскільки виробництво електроавтомобілів зростає і буде зростати, зокрема за екологічного та економічного факторів.

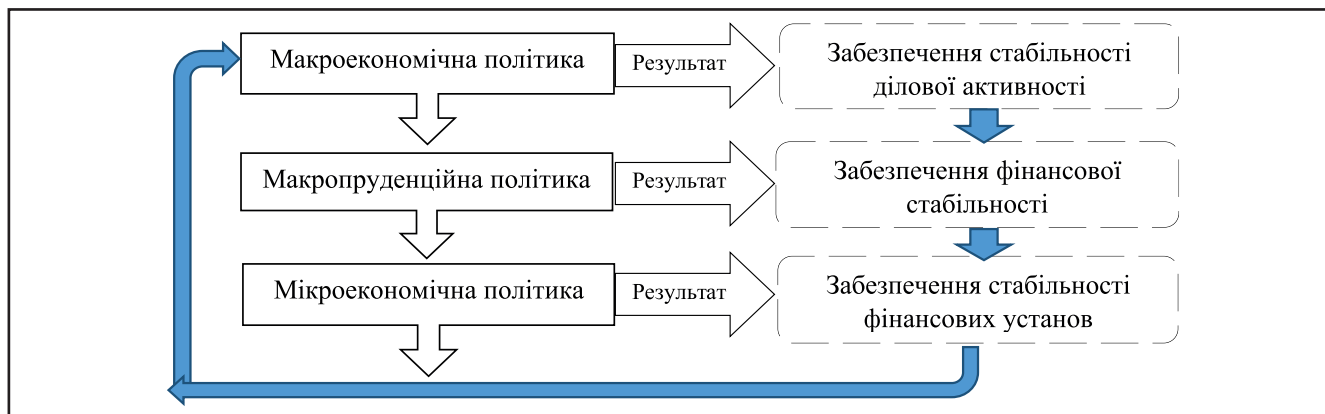
Зауважмо, що літій перспективний навіть у медицині.

У перерахунку на метал щорічні потреби економіки України у карбонаті літію орієнтовно оцінюються в 100 – 200 т. Збільшення потреб у петалітовому концентраті для виробництва спеціального скла і кераміки прогнозується на десятки тис. тонн [18]. Завдяки потужним геологічним запасам для України перспективне створення власної мінерально-сировинної бази для переробки літію, виготовлення різних видів літєвої продукції, до того ж фіскальне надто значимої, перетворення країни з імпортера в експортера літєвої продукції і т. д.

Потрібність розробки літєвих родовищ визначається, як відомо, вигідними її фінансовими показниками. Рівень фінансових ресурсів від експлуатації родовищ гірничим підприємством науковцями пропонується застосовувати показник рентабельності їх розробки:

$$P = 0,399 K_{\text{вих}} + 0,355 M - 0,25 K_p, \quad (1)$$

де: P – рентабельність роботи гірничого підприємства; $K_{\text{вих}}$ – вихід гірської маси з одного погон-



Рисуюнок 1. Види потреб у літєвих ресурсах

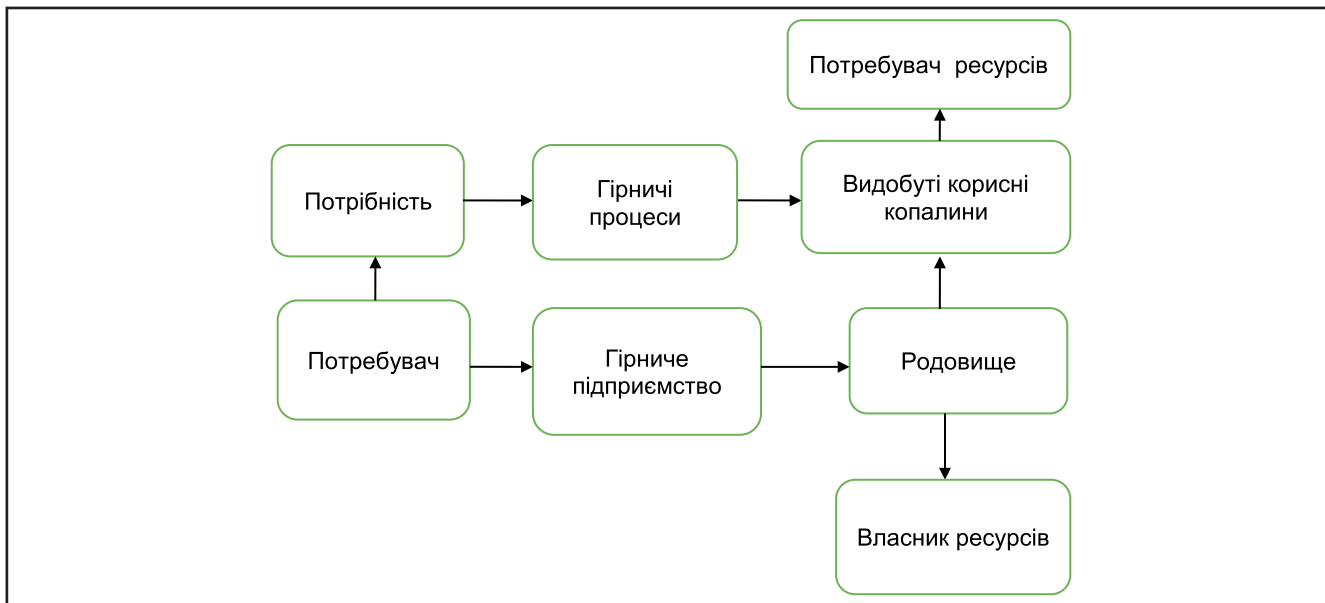


Рисунок 2. Схема зміни власників ресурсів

ного метра свердловини (шахти), m^3 ; M – масштаб родовища, тис. т; K_p – коефіцієнт розкриття, m^3/t [10, с. 79].

Але, на наш погляд, у даній формулі $K_{вих}$ вимірюється у m^3 , M – у тис. т, K_p – у m^3/t , тобто показники вимірюються у різних одиницях, тому її прямо не можна застосовувати взагалі, а необхідні ще узгоджувані коефіцієнти.

Потреби видобування літію, як і взагалі корисних копалин, необхідно формувати з врахуванням, що виробничо–господарська діяльність гірників, напрями, способи, техніка і технології застосовані ними у надрокористуванні та й природокористуванні, природо–перетворенні взагалі мають складати частину науково виважено еколого–економічну базу прогнозу розвитку територіальних продуктивних сил. З розробкою прогнозів необхідно створювати інструменти переходу до моделі сталого й еколого–безпечно–го соціально–економічного розвитку територій, відповідно формувати розуміння, бачення та обґрунтовувати впливові в комплексі на розвиток, оновлення заходи територіальних громад.

Тому різні види та сторони потреб розробки родовищ, застосування техніко–технологічних засобів необхідно формувати з врахуванням таких, як пропонується їх називати, принципів потребо–ресурсного територіального надрогосподарювання:

- 1) потрібнісної оцінки надрокористування для народу, територіальних громад, адміністрацій, держави;
- 2) потреб екологічної пріоритетності: потреб дотримання пріоритету збереження територі–

альної екології над економічними вигодами, екологічних критеріїв, показників і вимог над економічними, аналогічно й фінансовим та ін.;

3) оптимального поєднання галузевого та територіального управління громадами місцевим надрокористуванням: оптимального поєднання галузевого та територіального управління громадами місцевим надрокористуванням і взагалі природокористуванням та охороною довкілля як об'єктами територіальної власності;

4) контролю за боку місцевих органів влади за гірництвом: за обов'язковим дотриманням гірничими суб'єктами господарювання в процесі експлуатації родовищ екологічних обмежень, нормативів і стандартів;

5) відповідальності місцевих органів влади за недоліки у співпраці з надрокористувачами: підвищення відповідальності місцевих органів влади за визнані територіальними громадами недостатньо результативне вирішення територіальних ресурсе–економічних й екологічних проблем, управління вирішенням їх гірничими суб'єктами господарювання, при збереженні відповідних контрольних функцій і за державними органами;

6) жорсткого державного контролю і регулювання надрокористування: жорсткого державного контролю надрокористувачів за дотриманням ними вимог екологічного законодавства, раціонального використання ринкових та державних економічних інструментів, адміністративних важелів регулювання екологічних відносин, систем і методів природокористування та природо–охо–

рони галузевими державними структурами, зокрема Мінприроди;

7) поєднання екологічного й економічного галузевих підходів до розвитку надрокористування: поєднання екологічного й економічного галузевих підходів до розвитку надрокористування з метою створення єдиного еколого–економічного та соціального підходу до прогнозування потреб, планування, проектування й будівництва, реконструкції гірничих об'єктів з розробленням і застосуванням створених еколого–економічних критеріїв, показників, а також діючих нормативів і стандартів;

8) мінімізації затрат на видобування і збереженість родовищ, видобутку, довкілля.

За другим принципом, як приклад, у процесі вибору, проектування та оцінки варіантів господарських, техніко–технологічних й організаційних рішень щодо ефективності експлуатації родовищ перевагу треба віддавати тим проектам, що кращі за екологічними критеріями і показниками; а далі вже за економічними, соціальними.

Висновки

Літєві ресурси, разом з іншими корисними копалинами, як широке поняття, логічне розуміти в сукупності як автогенезе (стихійно) у далекому минулому утворені в надрах окремі хімічні елементи, з фізичними властивостями, чи організовано утворені (наприклад, збагаченням), оцінені потенційно для майбутнього господарського застосування за потребами.

Поняття потреба об'єднує слова: власне потреба, потрібність, потрібний, потребувати, потрібник, потрібка, надоба. Потреби в літєвих ресурсах класифікуються за різними ознаками, зокрема власності народу, держави, суб'єктів господарювання; внутрішніх країни і зарубіжні; видів господарського користування; економічні, фінансові, соціальні.

Потрібність розробки літєвих родовищ визначається, безумовно, фінансово–економічними обґрунтуваннями, в першу чергу в інтересах гірничих суб'єктів господарювання.

З врахуванням значення взагалі понять «ресурси» і «потреби» необхідно виокремити й особливість методології проведення досліджень та відображення їх результатів за потребо–ресурсним підходом до визначення понять, обґрунтувань, з застосуванням абстрактне–логічного, системно–структурного та порівняльного аналізу, статистичного методу і т. д.

Різні види та сторони потреб розробки родовищ корисних копалин, застосування техніко–технологічних засобів, проведення екологічних заходів необхідно формувати з врахуванням логічних принципів потребо–ресурсного територіального надрогосподарювання.

Список використаних джерел:

1. Загальнодержавна програма розвитку мінерально–сировинної бази України на період до 2030 року, затверджена Законом України від 21 квітня 2011 року №3268 –VI.

2. Національна економічна стратегія на період до 2030 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 3 березня 2021 р. № 179.

3. Кодекс України про надра: Закон України від 27 липня 1994 року № 132/94–ВР (зі змін. і доповн.).

4. Гірничий закон України від 6 жовтня 1999 року № 1127–XIV (зі змін. і доповн.).

5. Про охорону навколишнього природного середовища: Закон України від 25 червня 1991 року № 1264–XII (зі змін. і доповн.).

6. Податковий кодекс України: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.

7. Малюк Б.І., Бобров О.Б., Красножон М.Д. Надрокористування у країнах Європи і Америки: Довідкове видання. Київ: Географіка, 2003. 197 с

8. Основи економічної геології: Навч. посіб. для студ. геол. спец. вищ. навч. закл. освіти / М.М. Коржнев, В.А. Михайлов, В.С. Міщенко та ін. Київ: Логос, 2006. 223 с.

9. Рудько Г. І., Адаменко О. М. Землелогія. Еколого–ресурсна безпека Землі / За ред. Г. І. Рудька. Київ: Вид–во «Академпрес», 2009. 512 с.

10. Рудько Г. І., Плотніков О. В., Курило М. М. та ін. Економічна геологія залізистих кварцитів. Київ: Вид–во «Академпрес», 2010. 272 с.

11. Рудько Г.І., Курило М.М., Родованов С.В. Геолого–економічна оцінка родовищ корисних копалин. Київ: АДЕФ–Україна, 2011. 384 с.

12. Михайлов В. А. Базові терміни і поняття економічної геології: навч. посіб. / В. А. Михайлов, М. М. Курило. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2014. 527 с. http://www.geol.univ.kiev.ua/lib/economic_geology_dictionary.pdf.

13. Зацерковний В. І. Методологія наукових досліджень: навч. посіб. / В. І. Зацерковний, І. В. Тішаєв, В. К. Демидов. Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с.

14. Сучасний тлумачний словник української мови: 50000 слів / За заг. ред. д–ра філол. наук, проф. В. В. Дубічинського. Харків: ВД «ШКОЛА», 2006. 832 с.

15. Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Потреба>.
 16. <https://1675.slovaronline.com/28434-потреба>.
 17. Режим доступу: <https://interfax.com.ua/news/blog/910980.html>.
 18. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ресурси_і_запаси_літію.

References:

1. Zahalnodержavna prohrama rozvytku mineralno-syrovynnoi bazy Ukrainy na period do 2030 roku, zatverdzhena Zakonom Ukrainy vid 21 kvitnia 2011 roku №3268 –VI.
2. Natsionalna ekonomichna stratehiia na period do 2030 roku, zatverdzhena . postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 3 bereznia 2021 r. № 179.
3. Kodeks Ukrainy pro nadra: Zakon Ukrainy vid 27 lypnia 1994 roku № 132/94–VR (zi zmin. i dopovn.).
4. Hirnychi zakon Ukrainy vid 6 zhovtnia 1999 roku № 1127–XIV (zi zmin. i dopovn.).
5. Pro okhoronu navkolyshnoho pryrodnoho sere-dovyshcha: Zakon Ukrainy vid 25 chervnia 1991 roku № 1264–XII (zi zmin. i dopovn.).
6. Podatkovi kodeks Ukrainy: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
7. Maliuk B.I., Bobrov O.B., Krasnozhon M.D. Nadro-korystuvannia u krainakh Yevropy i Ameryky: Dovidkove vydannia. Kyiv: Heohrafika, 2003. 197 s.
8. Osnovy ekonomichnoi heolohii: Navch. posib. dlia stud. heol. spets. vyshch. navch. zakl. osvity /M.M. Korzhnev, V.A. Mykhailov, V.S. Mishchenko ta in. Kyiv: Lo-hos, 2006. 223 s.
9. Rudko H. I., Adamenko O. M. Zemlelohii. Ekolohe-resursna bezpeka Zemli /Za red. H. I. Rudka. Kyiv: Vyd-vo «Akadempres», 2009. 512 s.
10. Rudko H. I., Plotnikov O. V., Kurylo M. M. ta in. Eko-nomichna heolohiia zalizystykh kvartsytiv. Kyiv: Vyd-vo «Akadempres», 2010. 272 s.

11. Rudko H.I., Kurylo M.M., Rodovanov S.V. Heoloho-ekonomichna otsinka rodovyshch korystnykh kopalyn. Kyiv: ADEF–Ukraina, 2011. 384 s.
12. Mykhailov V. A. Bazovi termyny i poniattia ekonomichnoi heolohii: navch. posib. /V. A. Mykhailov, M. M. Kurylo. Kyiv: VPTs «Kyivskyi universytet», 2014. 527 s. http://www.geol.univ.kiev.ua/lib/economic_geology_dictionary.pdf.
13. Zatserkovnyi V. I. Metodolohiia naukovykh doslid-zhen: navch. posib. /V. I. Zatserkovnyi, I.V. Tishaiev, V. K. Demydov. Nizhyn: NDU im. M. Hoholia, 2017. 236 s.
14. Suchasnyi tlumachnyi slovnyk ukrainskoi movy: 50000 sliv/ Za zah. red. d–ra filol. nauk, prof. V. V. Dubichynskoho. Kharkiv: VD «ShKOLA», 2006. 832 s.
15. Rezhym dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Потреба>.
<https://1675.slovaronline.com/28434-потреба>.
 17. Rezhym dostupu: <https://interfax.com.ua/news/blog/910980.html>.
 18. Rezhym dostupu: https://uk.wikipedia.org/wiki/Ресурси_і_запаси_літію.

Дані про автора

Бодюк Адам Васильович,

к. е. н., с. н. с., науковий керівник Науково–дослідно-го закладу «Ресурси»
 Київ, Україна,
 ORCID.ORG/0000-0002-6200-1784.
 e-mail:g2030@ukr.net

Data about the author

Adam Bodyuk,

Candidate of Economic Sciences, Senior Research Fellow, Supervisor Research institution «Resource»
 Kyiv, Ukraine,
 ORCID.ORG/0000-0002-6200-1784.
 e-mail:g2030@ukr.net

УДК 339.138:658.8:33.012.42:001.891

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764679>

ГАВРИЛКО П. П.
 ГУШТАН Т. В.
 СИМЕХ К.Ю.

Теоретичні аспекти здійснення маркетингових досліджень ринку

Предметом дослідження є теоретичні аспекти здійснення маркетингових досліджень ринку.

Метою дослідження є виявлення основних проблем реалізації маркетингових досліджень ринку.

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

Результати роботи. У статті визначено поняття маркетингових досліджень ринку. Охарактеризовано значення маркетингових досліджень для підприємств на ринку. Наведені особливості здійснення маркетингових досліджень ринку. Виявлено проблеми реалізації маркетингових досліджень ринку.

Висновки. Маркетингові дослідження ринку є важливою складовою стратегії розвитку будь-якого бізнесу. Вони допомагають підприємствам зрозуміти свою цільову аудиторію, конкурентне середовище, потреби споживачів та тенденції ринку. Ці дослідження дають можливість бізнесу приймати обґрунтовані рішення щодо стратегії просування продукції чи послуг, підвищення конкурентоспроможності та залучення нових клієнтів. Без належних маркетингових досліджень ризик несприятливого впливу на бізнес значно зростає, тому вони становлять необхідну складову успішної діяльності підприємства. Маркетингові дослідження ринку – це процес збору, аналізу та інтерпретації інформації про споживачів, конкурентів та ринкові тенденції, що допомагає компаніям виявити нові можливості та уникнути ризиків. Це важливий етап в розробці стратегії маркетингу, де важливо враховувати потреби й уподобання цільової аудиторії, а також зрозуміти, які фактори впливають на їх прийняття рішень. Маркетингові дослідження можуть включати опитування споживачів, аналіз конкурентів, вивчення ринкових тенденцій та прогнозування майбутніх трендів, що допомагає компаніям розробляти ефективні маркетингові стратегії та плани дій.

Ключові слова: маркетингові дослідження ринку, квалітативні дослідження, кількісні дослідження, споживачі, стратегія, технології, інформація, прогнозування, цільова аудиторія, підприємство.

HAVRYLKO P. P.
HUSHTAN T.V.
SIMEKH K. Yu.

The implementation of the theoretical aspects of marketing research on the market

The subject of the study is the implementation of the theoretical aspects of marketing research on the market.

The purpose of the study is to identify the main problems in the implementation of marketing research on the market.

Research methods. The article 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 concept of marketing research on the market. The importance of marketing research for enterprises on the market is characterized. The specifics of conducting marketing research on the market are given. The problems of implementation of marketing research on the market have been identified.

Conclusions. Marketing research on the market is an important component of any business development strategy. They help businesses understand their target audience, competitive environment, consumer needs and market trends. These studies enable businesses to make informed decisions about the strategy of promoting products or services, increasing competitiveness and attracting new customers. Without proper marketing research, the risk of an adverse impact on business increases significantly, so they are a necessary component of the successful operation of the enterprise. Marketing research on the market is the process of collecting, analyzing, and interpreting information about consumers, competitors, and market trends that helps companies seize new opportunities and avoid risks. This is an important stage in the development of a marketing strategy, where it is important to take into account the needs and preferences of the target audience, as well as to understand what factors influence their decision-making. Marketing research can include consumer surveys, competitor analysis, studying market trends, and forecasting future trends, which helps companies develop effective marketing strategies and action plans.

Keywords: marketing research on the market, qualitative research, quantitative research, consumers, strategy, technology, information, forecasting, target audience, enterprise.

Постановка проблеми. Маркетингові дослідження ринку – це процес збору, аналізу і інтерпретації даних про ринок, щоб зрозуміти потреби, побажання та поведінку споживачів. Це важлива частина стратегії маркетингу підприємства, оскільки вони дають можливість зрозуміти, які продукти та послуги можуть мати попит на ринку, як краще рекламувати їх та як позиціонувати бренд відносно конкурентів. Маркетингові дослідження ринку можуть включати в себе опитування споживачів, аналіз даних про продажі та конкуренцію, спостереження за поведінкою споживачів тощо. Ці дані допомагають підприємствам ухвалювати обґрунтовані рішення щодо стратегії розвитку продуктів та послуг, ціноутворення, маркетингового планування та реклами. На основі маркетингових досліджень ринку підприємства можуть впроваджувати інновації, пристосовувати свою стратегію до змін на ринку та вдосконалювати свої бізнес-процеси. Також ці дослідження допомагають підприємствам визначити свою цільову аудиторію, зрозуміти її потреби та вимоги, і відповідно до цього розробляти ефективні маркетингові стратегії.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Маркетингові дослідження ринку є важливою складовою стратегії підприємства. У своїх наукових працях вітчизняні та зарубіжні вчені (І. Ансофф, Ф. Котлер) досліджують різні аспекти ринкової діяльності, вивчають поведінку споживачів, аналізують тенденції ринку та розробляють методи інноваційного маркетингу. Вітчизняні вчені (Божкова В.В., Войчак А.В., Гаркавенко С.С., Старостіна А.О., Чумаченко М.Г.) досліджують український ринок, вивчають специфіку його розвитку, аналізують особливості споживчої поведінки українських споживачів. Вони також вивчають конкурентну ситуацію на ринку, визначають переваги та недоліки товарів та послуг, що пропонуються на ринку. Зарубіжні вчені досліджують світові ринки, розвивають методи аналізу ринку, вивчають особливості глобального маркетингу. Вони також досліджують міжнародну конкуренцію, вивчають вплив глобалізації на маркетингові стратегії підприємств. У своїх дослідженнях вчені розробляють нові підходи до аналізу ринку, використовують сучасні методи дослідження, проводять експерименти та аналізують дані. Вони надають важливі рекомендації підприємствам щодо покращення їхньої маркетингової стратегії

та підвищення їхньої конкурентоспроможності на ринку.

Мета статті – виявлення основних проблем реалізації маркетингових досліджень ринку.

Виклад основного матеріалу. Маркетингові дослідження ринку – це процес збору, аналізу та інтерпретації інформації про споживачів, конкурентів та ринкові умови з метою розроблення успішних маркетингових стратегій. Ці дослідження допомагають підприємствам зрозуміти потреби своїх клієнтів, визначити конкурентні переваги своїх товарів і послуг, а також прогнозувати майбутні тенденції на ринку. Важливо проводити комплексні дослідження, які охоплюють різні аспекти бізнесу, щоб мати повну картину ситуації і приймати обґрунтовані рішення.

Маркетингові дослідження ринку можуть бути як квалітативними, так і кількісними. Квалітативні дослідження допомагають отримати глибоке розуміння поглядів, уподобань і поведінки споживачів шляхом спілкування з ними через фокус-групи, інтерв'ю та спостереження. Кількісні дослідження допомагають зібрати велику кількість даних і підтвердження узагальнень шляхом опитування великої аудиторії. Підприємствам важливо також враховувати тренди і інновації на ринку, щоб бути в курсі новітніх розробок та технологій. Дослідження виявляють нові можливості для розвитку бізнесу та вдосконалення продуктів і послуг. Крім того, вони дають можливість виявити власні слабкі сторони та загрози, з якими стикається компанія на ринку. Необхідно також пам'ятати, що маркетингові дослідження ринку потребують постійного оновлення і моніторингу. Ринкові умови постійно змінюються, і те, що було актуальним вчора, може бути застарілим сьогодні. Тому важливо постійно аналізувати ринок, вивчати нові тенденції і адаптувати свої стратегії відповідно до цього.

Маркетингові дослідження ринку є важливим інструментом для успіху будь-якого бізнесу. Вони допомагають підприємствам бути конкурентоспроможними, ефективно взаємодіяти зі споживачами та прогнозувати майбутні тенденції. Аналізуючи отриману інформацію та розробляючи обґрунтовані висновки, компанії можуть приймати успішні стратегічні рішення, які допомагають досягти поставлених цілей. Маркетингові дослідження ринку можуть допомогти підприємствам зрозуміти потреби своїх споживачів і відповідно налаштувати свої продукти та послуги. Інформа-

ція, отримана в результаті досліджень, дає можливість ефективно спрямовувати маркетингові зусилля та ресурси на те, що дійсно цікавить цільову аудиторію. Крім того, дослідження ринку допомагають виявити конкурентні переваги підприємства і розробити стратегію, спрямовану на підвищення його конкурентоздатності.

Здійснення маркетингових досліджень ринку має кілька особливостей, серед яких важливо виділити наступні:

1) глибина дослідження: чим глибше та докладніше проводиться аналіз ринку, тим більше можна отримати цінної інформації для розробки ефективних маркетингових стратегій;

2) об'єктивність: під час проведення дослідження важливо дотримуватися об'єктивності, щоб отримані дані були достовірними та не спотвореними;

3) використання різних джерел інформації: для отримання повної карти ринку потрібно використовувати різні джерела інформації, такі як аналітичні звіти, статистичні дані, анкетування, спостереження тощо;

4) терміновість: швидкість отримання та обробки інформації є важливою умовою успішного дослідження ринку, оскільки ринкова ситуація може змінюватися дуже швидко;

5) аналіз конкурентів: для того, щоб ефективно позиціонувати свій продукт на ринку, необхідно провести аналіз конкурентів і визначити їхні сильні та слабкі сторони;

6) гнучкість та адаптивність: важливо бути гнучкими та готовими адаптувати свої стратегії в залежності від отриманих результатів дослідження.

Отже, здійснення маркетингових досліджень ринку потребує комплексного підходу для успішного вивчення ринкових тенденцій та розробки ефективних маркетингових стратегій.

Постійний моніторинг ринку дає можливість підприємствам швидко реагувати на зміни в поведінці споживачів, а також на дії конкурентів. Важливо постійно оновлювати свої дані і дотримуватися сучасних тенденцій, щоб залишатися актуальним та вимогливим для споживачів. Дослідження ринку також можуть допомогти підприємствам у прогнозуванні майбутніх тенденцій і ризиків, а також бути готовими до будь-яких змін на ринку і зможуть швидко адаптуватися до нових ринкових умов.

Важливо не лише зібрати інформацію про ринок, але й правильно її проаналізувати і використати для прийняття обґрунтованих стратегічних

рішень. Професійно підготовлені маркетингові дослідження є важливим інструментом успішного розвитку бізнесу і досягнення його цілей. Отже, важливо інвестувати у дослідження ринку і використовувати отриману інформацію для управління підприємством відповідно до потреб ринку.

Важливо також зазначити, що результати маркетингових досліджень можуть допомогти підприємствам удосконалювати свої стратегії просування продукції на ринок. Аналізуючи дані про споживачів, їх вимоги і уподобання, компанії можуть виявити можливості для нових продуктів або послуг, які відповідають потребам ринку. Також дослідження ринку дають можливість підприємствам відстежувати динаміку попиту, що дозволяє планувати виробництво та вирішувати питання про складання запасів. Успішні підприємства використовують різноманітні методи дослідження ринку, такі як опитування споживачів, аналіз продажів та вивчення поведінки конкурентів. Необхідно враховувати, що ефективні дослідження ринку вимагають якісної інформації, точності та об'єктивності. Тільки таким чином підприємства можуть приймати обґрунтовані стратегічні рішення, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності і досягнення успіху на ринку. Крім того, маркетингові дослідження можуть допомогти підприємствам виявити нові можливості для зростання і розширення бізнесу. Аналізуючи тенденції ринку і попит споживачів, компанії можуть розробляти інноваційні продукти та послуги, які відповідають потребам сучасного споживача. Такий підхід надає можливість підприємствам залишатися конкурентоспроможними і успішними на ринку у майбутньому.

Існує кілька основних проблем, які можуть виникнути під час реалізації маркетингового дослідження ринку. Окремі з них включають наступне:

1) недостатня або неправильна методологія дослідження, що може призвести до недостовірних або спотворених результатів дослідження;

2) недоступність достовірних даних; деякі ринки можуть бути складними для дослідження через обмеженість даних, особливо в нових секторах або таких, що розвиваються;

3) недостатні ресурси;

4) реалізація дослідження ринку потребує значних фінансових та часових вкладень, і недостатні ресурси можуть обмежити можливості дослідження;

- 5) незавершеність дослідження;
- 6) деякі дослідження можуть бути незавершеними або недостатньо глибокими, що може вплинути на точність та цінність отриманих результатів;
- 7) неправильне тлумачення результатів: невірні витлумачені результати дослідження можуть призвести до прийняття невірних стратегічних рішень;
- 8) недостатня взаємодія з зацікавленими сторонами: недостатній взаємозв'язок з клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами призводитимуть до недооцінки потреб ринку.

Висновки

Маркетингові дослідження ринку є важливою складовою стратегії розвитку будь-якого бізнесу. Вони дають можливість підприємствам зрозуміти свою цільову аудиторію, конкурентне середовище, потреби споживачів та тенденції ринку. Ці дослідження дають можливість бізнесу приймати обґрунтовані рішення щодо стратегії просування продукції чи послуг, підвищення конкурентоспроможності та залучення нових клієнтів. Без належних маркетингових досліджень ризик несприятливого впливу на бізнес значно зростає, тому вони становлять необхідну складову успішної діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг: підруч. 2-ге вид. перероб. і доп. К.: Знання-Прес, 2004. 645 с.
2. Бородкіна Н. О. Маркетинг: навч. посіб. К.: Кондор, 2007. 362 с.
3. Важинський Ф. А., Ноджак Л. С., Колодійчук А. В. Оцінка ефективності управління системою збуту машинобудівних підприємств. Економіка промисловості. 2010. № 1. С. 119–122.
4. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Важинський Ф. А., Індус К. П. Міжнародні фінанси і фінансовий менеджмент в задачах та прикладах: навчальний посібник. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2020. 161 с.
5. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник [для студ. екон. спец. вищ. навч. закл.]. 6-е вид., допов. К.: Лібра, 2008. 720 с.
6. Колодійчук А. В. Інноваційний розвиток промисловості: завдання управління при врахуванні умов недосконалої конкуренції: монографія. Львів: Ліга-Прес, 2015. 324 с.
7. Колодійчук А. В., Гуштан Т. В., Молнар О. С., Василюха Н. В., Чобаль Л. Ю. Міжнародні перевезення в

міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид-во ННБК «АТБ», 2021. 189 с.

8. Крикавський Є. В., Косар Н. С., Мних О. Б., Сорока О. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», Ін-телектзахід, 2004. 288 с.

9. Полторак В. А. Маркетингові дослідження: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2003. 387 с.

10. Примак Т. О. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. К.: Атіка, Ельга-Н, 2009. 328 с.

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

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

13. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження: практичний аспект: підручник. К.: Вид. дім «Вільямс», 1999. 263 с.

References:

1. Balabanova, L. V. (2004). *Marketynh [Marketing]: Textbook*. 2nd ed. rev. and ext. Kyiv: Knowledge Press. [in Ukrainian].
2. Borodkina, N. O. (2007). *Marketynh [Marketing]: Manual*. Kyiv: Condor. [in Ukrainian].
3. Vazhynskyy, F. A., Nodzhak, L. S., & Kolodiychuk, A. V. (2010). *Otsinka efektyvnosti upravlinnya systemoyu zbutu mashynobudivnykh pidpryyemstv [Assessment of the efficiency of management of the sales system of machine-building enterprises]*. *Ekonomika promyslovosti – Economy of Industry*, 1, 119–122. [in Ukrainian].
4. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Vazhynskyy, F. A., & Indus, K. P. (2020). *Mizhnarodni finansy i finansovyy menedzhment v zadachakh ta prykladakh [International finance and financial management in problems and examples]: Textbook*. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].
5. Harkavenko, S. S. (2008). *Marketynh [Marketing]: Textbook [for university students in economics]*. 6th ed., ext. Kyiv: Libra. [in Ukrainian].
6. Kolodiychuk, A. V. (2015). *Innovatsiynyy rozvytok promyslovosti: zavdannya upravlinnya pry vrakhuvanni umov nedoskonaloyi konkurentsiyi [Innovative development of industry: the tasks of management taking into account the conditions of imperfect competition]*. Lviv: League Press. [in Ukrainian].
7. Kolodiychuk, A. V., Hushtan, T. V., Molnar, O. S., Vasylykha, N. V., & Chobal, L. Yu. (2021). *Mizhnarodni*

perevezennya v mizhnarodniy ekonomitsi [International transportation in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing [in Ukrainian].

8. Krykavskyy, Ye. V., Kosar, N. S., Mnykh, O. B., & Soroka, O. A. (2004). Marketynhovi doslidzhennya [Marketing research]: Manual Lviv: Lviv Polytechnic National University, Intelktzahid. [in Ukrainian].

9. Poltorak, V. A. (2003). Marketynhovi doslidzhennya [Marketing research]: Manual. Kyiv: Center of Educational Literature. [in Ukrainian].

10. Prymak, T. O. (2009). Marketynhova polityka komunikatsiy [Marketing policy of communications]: Manual. Kyiv: Atika, Elha-N.

11. Sopilnyk, L. I., & Kolodychuk, 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].

12. Sopilnyk, L. I., & Kolodychuk, 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].

13. Starostina, A. O. (1999). Marketynhovi doslidzhennya: praktychnyy aspekt [Marketing research:

practical aspect]: Textbook. Kyiv: Publishing House «Williams». [in Ukrainian].

Дані про авторів

Гаврилко Петро Петрович,

к.е.н., професор, директор Ужгородського торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету

e-mail: info@utei-knteu.org.ua

Гуштан Тетяна Вікторівна,

д. е. н., професор, Ужгородський торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету

Сімех Корнелія Юрївна,

старший викладач Ужгородського торговельно-економічного інституту Державного торговельно-економічного університету

Data about the authors

Petro Havrylko,

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

e-mail: info@utei-knteu.org.ua

Tetyana Hushtan,

Doctor of Economics, Professor of Uzhgorod Trade and Economic Institute of the Kyiv National Trade and Economic University

Cornelia Simekh,

Senior Lecturer of Uzhgorod Trade and Economic Institute of the State University of Trade and Economics

УДК 339.138:658.114

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764687>

КУРДИШ Р.Ф.

Методологічні особливості оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств

Актуальність теми дослідження. У статті аналізуються сучасні концептуальні підходи та досліджуються методологічні особливості оцінки ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств; акцентується увага на необхідності вдосконалення управління у цій сфері в умовах ринкових трансформацій; охарактеризовано основні принципи ефективності маркетингової діяльності; обґрунтовано застосування методів оцінки ефективності маркетингу в сучасних умовах господарювання; виокремлено особливості та основні недоліки існуючих показників.

Метою статті є дослідження та розробка науково-методологічних засад і практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів управління маркетингового менеджменту.

Результатами дослідження. Основна ідея дослідження полягає у необхідності цілеспрямованого та своєчасного здійснення підбору відповідних до мети діяльності підприємства принагідних критеріїв оцінки ефективності маркетингової діяльності, оскільки, у тому числі, враховуючи специфіку маркетингу, інвестор прагне отримати відповідь на питання доцільності маркетингових інвес-

тувань, надто на вітчизняних підприємствах. Акцентується увага на необхідності вибору найбільш доцільного інструментарію серед існуючих методів оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства. У зв'язку з тим, що в практичних умовах для визначення ефективності маркетингової діяльності існують певні труднощі, зокрема, важко відокремити результат маркетингової діяльності від загального результату підприємства, питання оцінки ефективності набувають актуальної ваги.

Висновок. У статті розглянута проста в розрахунковому відношенні та зрозуміла для керівників та спеціалістів методика визначення ефективності маркетингової діяльності на основі показників якості маркетингу, що дозволяє її подальшу апробацію та впровадження на вітчизняних підприємствах. Використання цієї методики в практичній та аналітичній роботі дозволить підвищити якість оцінки маркетингової діяльності.

Ключові слова: оцінка ефективності маркетингової діяльності, маркетингові інвестування, управління ефективністю, результативність маркетингової діяльності, критерії оцінки ефективності маркетингової діяльності, властивості маркетингу, показники якості маркетингу, лояльність споживача.

KURDYSH R. F.

Methodological features of evaluating the efficiency of marketing activities of enterprises

Relevance of the research topic. The article analyzes modern conceptual approaches and investigates the methodological features of evaluating the efficiency of marketing activities of domestic enterprises. It emphasizes the need to improve management in this area in the context of market transformations. The article describes the basic principles of marketing efficiency and substantiates the use of methods for evaluating marketing efficiency in modern economic conditions. It highlights the features and main drawbacks of existing indicators.

The aim of the article is to research and develop scientific–methodological foundations and practical recommendations for improving the mechanisms of marketing management.

The results of the research. The main idea of the research is the need for targeted and timely selection of appropriate criteria for evaluating the efficiency of marketing activities that align with the enterprise's goals, as investors seek to answer the question of the advisability of marketing investments, especially in domestic enterprises, considering the specifics of marketing. The article emphasizes the need to choose the most adequate tools among the existing methods for evaluating the effectiveness of an enterprise's marketing activities. Due to practical difficulties in determining marketing efficiency, particularly the challenge of separating the results of marketing activities from the overall enterprise results, the issue of efficiency evaluation becomes critically important.

Conclusions. The article considers a simple and comprehensible method for managers and specialists to determine the efficiency of marketing activities based on quality marketing indicators, which allows for its further testing and implementation in domestic enterprises. The use of this method in practical and analytical work will improve the quality of marketing activity evaluation.

Keywords: evaluation of marketing activity efficiency, marketing investments, efficiency management, marketing activity performance, criteria for evaluating marketing activity efficiency, marketing properties, marketing quality indicators, consumer loyalty.

JEL classification: C810, D240, M310.

Постановка проблеми. У країнах із високим рівнем розвитку економіки маркетинг уже перетворився в одну з передових галузей сучасного господарства. Він є одним з найголовніших засобів розвитку підприємств, а ефективність діяльності сучасних вітчизняних підприємств безпосередньо залежить від активного використання ними засобів маркетингового арсеналу.

Удосконалення маркетингової діяльності підприємства та системи її управління є запорукою успішної господарської діяльності підприємства та залучення додаткових інвестицій. У зв'язку з цим необхідно постійно проводити оцінювання маркетингової діяльності, цілеспрямовано і своєчасно здійснювати підбір відповідних критеріїв її визначення та керувати ними.

Наразі відомо багато концептуальних підходів, на яких науковці акцентують увагу, для того щоб оцінити ефективність маркетингової діяльності підприємства. Тому дане питання й далі набуває вагомості актуальності, оскільки одностайної наукової думки щодо цього немає й бути не може, а підприємства або ж губляться у подібних концепціях, обираючи їх суб'єктивно, або виділяють серед них зрозуміліші чи простіші, на свій розсуд комбінують їх.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливостям застосування маркетингу в сучасному виробництві, його розвитку, аналізу й ефективності присвячено теоретичні та практичні дослідження І. Артімонової, В. Герасимчук, Й. Завадського, Т. Лозинської, Д. Мельника, У. Сухорської та ін. Так, Н. Белінська, А. Длігач, Л. Балабанова загострюють увагу на проблемах, пов'язаних з прибутковістю та окупністю маркетингових інвестицій. Руст Р., Емблер Т., Карпентер Г., Кумар В., Сривастава Р. та ін. зосереджуються на складнощях оцінки ефективності від довгострокової діяльності фірми. Шет, Сисодиа акцентують увагу у своїх дослідженнях на проблемі відокремлення результатів, обумовлених маркетинговою діяльністю. У роботах саме цих та й інших авторів закладено основу у дослідженнях аспектів оцінки ефективності маркетингу. Однак, на наш погляд, така чутлива тема потребує постійного відстеження, а очевидні проблеми ефективності менеджменту у діяльності вітчизняних підприємств свідчать про недостатнє використання такого витонченого інструменту управління, як маркетинговий механізм.

Мета статті. Мета дослідження полягає в розробці науково-методологічних засад і практичних рекомендацій щодо вдосконалення механізмів управління ефективністю маркетинговою діяльністю підприємств в умовах ринкових трансформацій.

Виклад основного матеріалу. Поняття «ефективність» показує співвідношення витрат і результатів. Ця економічна категорія визначається всіма витратами суспільної праці. Так, Белінська Н.С. вважає, що у капіталістичному світі категорія «економічна ефективність виробництва» тотожна прибутку, але власнику засобів виробництва (підприємцю) не байдуже, якими зусиллями досягається позитивний результат [1, с. 16].

Дослідження проблематики, пов'язаної з ефективністю маркетингової діяльності підприємств, потребує розгляду таких основоположних понять,

як продуктивність, економічність, результативність маркетингової діяльності, їх взаємозв'язок та взаємозалежності. Відповідно найважливішими чинниками ефективності є результат і ресурси, які в свою чергу залежать від безлічі умов. Так, В. М. Куценко наголошує, що безпосередньо ефективність маркетингової діяльності має розглядатися в розділі його складових та ресурсів, що залучаються для реалізації маркетингової політики [2].

Необхідно зазначити, що А. О. Длігач серед наявних проблем сучасного маркетингу у першу чергу виділяє низьку орієнтованість маркетингу на показники успішності бізнесу (прибутковість, капіталізацію, показники повернення інвестицій) [3, с. 45]. Важко було б не погодитись з авторами Вороновим О. А. та Вальковичем О. М. що рівень рентабельності не є вичерпною характеристикою ефективності та якості функціонування суб'єкта економічних відносин [4]. Досить часто охоплення більшої частки ринку навіть в умовах зниження рентабельності суттєво посилює позиції підприємства, позитивно впливає на його фінансову стійкість і подовжує життєвий цикл продукції та самого підприємства [4]. Стрий Л.А. дуже слушно вказує на те, що багато топ-менеджерів оцінюють діяльність компанії не тільки за її фінансовими результатами, але й за маркетинговою ситуацією: часткою ринку, темпом впливу покупців, задоволенням покупців, якістю товарів та ін. Вони розуміють, що за змінами маркетингових індикаторів можна прогнозувати поліпшення фінансових результатів [5, с. 107].

Отже, недостатньо вирішеними в управлінні маркетинговою діяльністю на даний час залишаються проблеми у її оцінці. Питання визначення кількості прибутку від кожної гривні, вкладеної у маркетинг, або ж внеску окремого працівника служби маркетингу у реалізовану продукцію є надзвичайно актуальними, оскільки, особливо в умовах фінансових обмежень підприємств інвестору необхідні знання доцільності маркетингового інвестування. Таким чином, ми хотіли б виокремити з-поміж інших, запропонованих авторами [6] показники фінансового характеру: 1) прибуток (profit); 2) чиста дисконтована вартість (NPV); 3) внутрішня норма прибутковості (IRR); 4) окупність інвестицій (payback); 5) довічна цінність клієнта (CLTV, customer lifetime value) – це передбачуваний обсяг валового прибутку, який може принести клієнт протягом свого життя [6, с. 27].

Підкреслимо, також, важливість вибору найбільш доцільного інструментарію серед існуючих методів оцінки ефективності маркетингової діяльності, які, у тому числі, розглядатимуться у даній роботі та необхідність проведення такої оцінки на кожному з етапів маркетингової роботи на підприємстві, тобто на протязі усього життєвого циклу продукту. При формуванні методу оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства слід виходити з того, що маркетингові заходи в кінцевому підсумку повинні бути спрямовані на зміцнення ринкових позицій компанії, тобто підвищення її конкурентоспроможності як за окремими напрямками (продукція), так і всього підприємства в цілому. Так, на думку Л. В. Балабанової ефективність управління маркетингом слід оцінювати за допомогою групи показників: покупка, адекватність інформації, оперативна ефективність [7]. Автори дослідження підходів до оцінювання ефективності маркетингу підприємств [8] акцентують увагу на важливості оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу на всіх етапах операційної діяльності – від розробки продукту, ціноутворення, пошуку споживача та збуту і післяпродажного обслуговування, тобто на всіх стадіях від зародження ідеї товару (коли проводиться маркетингове дослідження ринку та уподобань потенційних споживачів) до виведення товару на ринок та підтримання його продажу різноманітними інструментами маркетингових комунікацій [8, с. 84].

Наголосимо на тому, що оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства входить до складу системи управління маркетингом та є складовою управління ефективністю усього підприємства. Таким чином, принципи управління ефективністю маркетингової діяльності можна розглядати, як принципи управління маркетинговою діяльністю та принципи ефективності діяльності усього підприємства.

Розглядаючи питання оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств, слід розуміти поняття «ефективне управління маркетинговою діяльністю» та «управління ефективністю маркетингової діяльності». З допомогою показників ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства визначають ефективно чи не ефективно воно здійснюється на підприємстві, рівень його ефективності і т. і. Управління ж ефективністю маркетингової діяльності

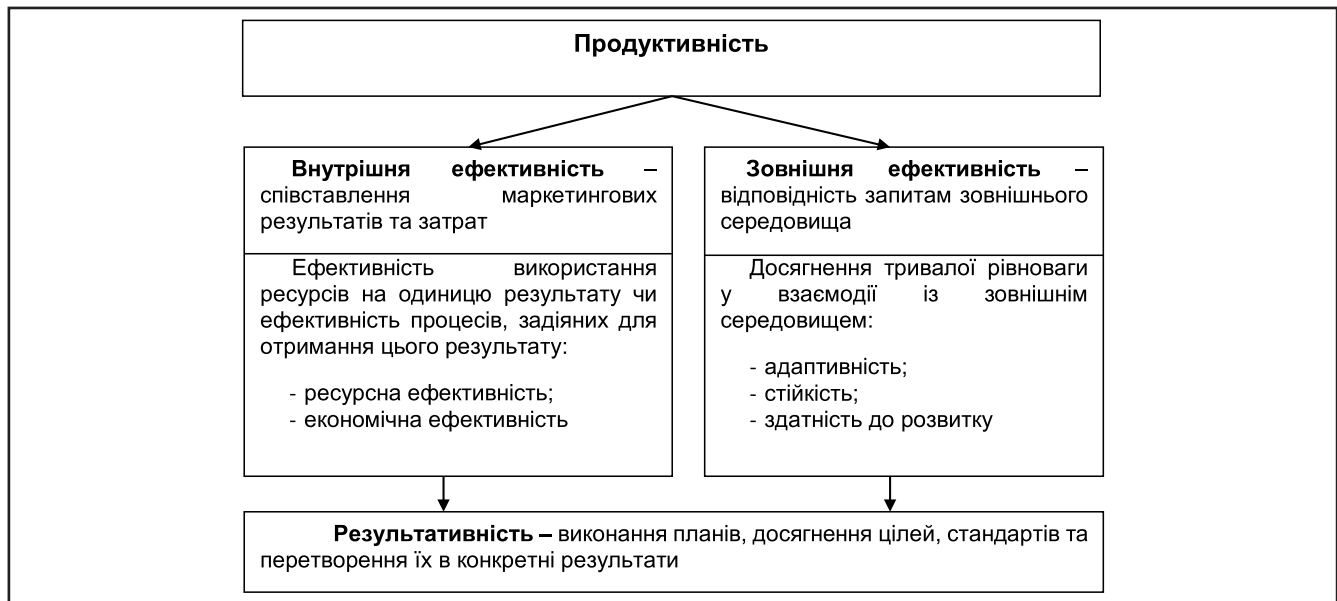
підприємства покликане дати відповідь на запитання: як досягнути певного рівня ефективності маркетингової діяльності підприємства? Яким чином можна її покращити? На рис.1 наведено основні поняття, що формують систему результативності маркетингу.

Враховуючи специфіку маркетингу, для визначення продуктивності на ряду з обсягом продукції важливо також використовувати й немонетарні показники, такі, як темпи відпливу покупців, міра задоволення клієнтів, якість товарів та послуг і т.п. Так, деякі науковці вважають, що такі показники повинні бути не тільки внутрішніми індикаторами результативності водночас з фінансовими показниками, але й увійти до публічної звітності компаній [10].

На наш погляд, досить слушною є думка, що є досить розповсюдженою останнім часом серед науковців, розглядати внутрішню ефективність (efficiency) у значенні економічності, що розуміється як співставлення маркетингових результатів та затрат на маркетинг. Дехто з авторів розглядає техніко-економічну і організаційно-управлінську ефективність [11]. Також виділяють технологічну або ресурсну ефективність і економічну ефективність. «Технологічна або ресурсна ефективність є ступенем інтенсивності використання ресурсів з точки зору співвідношення між обсягами випуску різних видів продукції і розмірами витрачених ресурсів... Як узагальнюючі показники економічної ефективності прийнято розглядати прибутковість, рентабельність в її різних видах тощо» [9 с. 26]. Варто додати, що економічна ефективність прямо залежить від впливу ринкових механізмів та кон'юнктури: споживацького попиту; купівельної спроможності; коливання цін. Саме з цієї причини економічна ефективність навряд чи співпаде з ресурсною.

Зовнішня ефективність (effectiveness) показує, наскільки підприємство відповідає викликам зовнішнього середовища, його адаптивність, стійкість, здатність до розвитку. У розумінні маркетингу – відповідність запитам споживачів; рівень задоволеності клієнтів; лояльність.

Між внутрішньою та зовнішньою ефективністю маркетингової діяльності, хоч вони розглядаються незалежно одна від одної, існує непрямий зв'язок. Так, скорочення витрат на комунікації дають короткостроковий економічний ефект, але негативно вплинуть на імідж та похитнуть пози-



Рисунк 1. Вимірювання маркетингової результативності

Складено автором за [Трапаїдзе С.М., 2017] [9].

ції підприємства на ринку. З власного досвіду ми переконалися, що деякі підприємства взагалі відмовляються іти на контакт, хоч і займають лідируючі ринкові позиції. Розповсюдженими прикладами такої «економічності» можуть також слугувати: скорочення маркетингового персоналу; стимулювання збуту за рахунок спонтанних покупок та ін.

Таким чином, виходячи з логіки продуктивності та враховуючи необхідність розгляду її з позицій efficiency/effectiveness створюється підґрунтя для переходу у практичну площину аналізу оцінки ефективності та побудови її операційних моделей на яких ми детально зупинимось у подальших наших дослідженнях.

Варто зауважити, що на підприємстві, зазвичай, немає такої потреби застосовувати для аналізу усі відомі йому показники оцінки ефективності маркетингу, оскільки певні методи оцінки можуть бути важливішими чи пріоритетнішими за інші, а деякі й взагалі не доцільно використовувати на окремо взятих підприємствах. Тож вибір тих чи інших методів залежатиме від конкретних цілей, стратегії, положення компанії на ринку, ресурсів, фінансових джерел і величини вартості компанії, або ж ще вужче, залежно від дослідницької традиції – оцінки задоволеності і лояльності споживача та інших особливостей суб'єкта господарської діяльності.

На нашу думку, виходячи з основних принципів маркетингу, головним чином, орієнтованих на споживача, для визначення ефективності мар-

кетингової діяльності підприємства доцільно було б розглянути показники його якості. Мова йде про зміщення акцентів у бік гуманістичних основ маркетингу. Ф. Котлер описує концепцію маркетингу, як підхід «ззовні – всередину», що концентрується на потребах покупців та забезпечує отримання прибутку на основі задоволення споживачів [12]. Тоді ж, як підхід «зсередини – назовні» – характеризує орієнтацію компанії на продажах. Тобто, задоволення споживачів є основою для досягнення цілей компанії. Якщо маркетингова діяльність призводить до реалізації цих цілей, то мова йде про її якість. Виручка від реалізації продукції, прибутки власників чи посередників – лиш похідне від задоволеності споживача. Чим краще задоволені споживачі, тим кращі показники компанії та якість її маркетингу.

У загальному розумінні якість маркетингу відображає ступінь задоволеності споживачів продукцією. Щоб виявити максимально ефективний спосіб досягнення цілей компанії, необхідно розуміти потреби споживача. Таким чином, якість маркетингу – це характеристика маркетингової діяльності компанії, що відображає рівень ефективності та здатність досягти поставлених цілей, концентруючись на потребах споживача. Згідно зі стандартами ISO серії 9000 організація повинна проводити моніторинг того, як замовники сприймають ступінь задоволення їхніх потреб і очікувань [13, с. 12], що є безпосередньою функцією маркетингу. Отже, якість маркетин-

гу можна визначити як сукупність властивостей маркетингової діяльності, які визначають її здатність виконувати свої функції.

Хоча на користь цього показника сходяться погляди багатьох авторів, зокрема [12, 14, 15], та все ж оцінювання якості маркетингу ще не набуло належного поширення, оскільки на практиці достатньо складно його оцінити з допомогою кількісних показників.

Для визначення ефективності маркетингової діяльності підприємства, співставимо якість маркетингу та витрати. У джерелі [16] пропонується оцінювати якість маркетингу за наступними категоріями: «постачальник», «споживач», «обслуговування споживачів», «соціально-ділова активність», «імідж».

Далі охарактеризуємо та проаналізуємо дані маркетингові метрики з практичної точки зору.

1. Якість маркетингу за категорією «постачальник» ($ЯМ_{пос.}$). Критерієм якості слугує дотримання домовленостей з постачання товарів [16]. Даний показник комплексний, його можна розрахувати за формулою:

$$ЯМ_{пос.} = (K_1 \times K_2 \times K_3), \quad (1.1)$$

де K_1 – коефіцієнт, що характеризує якість товарів які постачаються; K_2 – коефіцієнт, що характеризує виконання зобов'язань за кількістю і термінами поставки; K_3 – коефіцієнт, що характеризує виконання зобов'язань до оплати.

Коефіцієнти K_j ($j = 1, 2, 3$) можна розрахувати за формулою:

$$K_i = \frac{\text{Сума невиконаних зобов'язань}}{\text{Загальна сума зобов'язань}}. \quad (1.2)$$

Значення комплексного показника якості маркетингу по постачальнику знаходиться в діапазоні від 0 до 1. При малих значеннях «ЯМ» робота підприємства як постачальника оцінюється позитивно.

Основними джерелами інформації для контролю розрахункових відносин по товарних операціях слугують первинні документи з обліку розрахунків з постачальниками та підрядниками. Такими документами є документи постачальника: накладні, рахунки-фактури, рахунки, акти прийнятих робіт, послуг, податкові накладні, товарно-транспортні накладні. Загалом інформація по кредиторській заборгованості за товари, роботи, послуги відображається у IV розділі «Поточні зобов'язання» Пасиву Балансу за формою, передбаченою у П(С)БО 2 «Баланс» та

у Примітках до річної фінансової звітності. У фінансовій звітності відображення усіх господарських операцій підприємства щодо розрахунків з постачальниками та підрядниками здійснюється в єдиній грошовій одиниці. Головне в оцінці якості постачальника – це чіткий облік і контроль над виконанням власних зобов'язань з поставки.

2. Якість маркетингу за категорією «споживач» ($ЯМ_{спож.}$). Оцінюється залучення нових клієнтів та утримання існуючих.

$$ЯМ_{спож.} = K_k - K_n, \quad (1.3)$$

де K_k, K_n – кількість клієнтів на кінець та початок періоду.

По суті ця формула відображає різницю між збільшенням та зменшенням клієнтів, тобто вона відображає динаміку процесу руху споживачів та може мати, як додатне так і від'ємне значення.

3. Якість маркетингу за категорією «обслуговування споживачів» ($ЯМ_о$) можна розрахувати за формулою:

$$ЯМ_о = \sum_{i=1}^n P_i \times K_i, \quad (1.4)$$

де P_i – питома вага i -ї складової, що визначається методом анкетного опитування; K_i – якість i -ї послуги.

Щодо якості послуг, то варто було б згадати модель К. Грьонроса (Gronroos). К. Грьонрос вводить таке поняття, як функціонально-інструментальна модель якості обслуговування, згідно з якою якість послуги поділяються на дві складові:

- інструментальна якість – відображає те, що споживач отримує в результаті споживання послуги;
- функціональна якість – відображає те, як проходить процес надання послуги. [17]

4. При оцінці маркетингу за категорією «соціально-ділова активність» характеризується вклад бізнесу у соціальну сферу [16], її можна визначити за допомогою коефіцієнта соціально-ділової активності (КСДА):

$$КСДА = \frac{V_{СКВ} + V_{СЗА} + V_{ЯО} + V_{БП} + V_{ін.}}{P_p}, \quad (1.5)$$

де $V_{СКВ}$ – витрати на підтримку соціально-корпоративної відповідальності бізнесу та культури організації; $V_{СЗА}$ – витрати на соціально-значимі акції у сфері спонсорювання, патрунування, благодійності; $V_{ЯО}$ – витрати на забезпечення високого рівня якості обслуговування; $V_{БП}$ – витрати на створення умов для безпеки праці; $V_{ін.}$ – інші витрати на організацію навчання персоналу та

перепідготовку кадрів; Π_p – прибуток від реалізації продукції, надання послуг.

Зауважимо, що використання даної методики до того чи іншого підприємства залежатиме від його економічного рівня, тобто чим підприємство успішніше в економічному плані, тим більше інвестицій в соціальну сферу.

Необхідно нагадати про суттєвий вплив благодійництва у стимулюванні соціально-ділової активності підприємства у відповідності з ЗУ «Про благодійну діяльність та благодійні організації» від 23.01.2024 [18] та ст. 138 ПКУ від 01.04.2024 № 2755-VI [19].

5. Імідж. Оцінюється сформований у свідомості покупців і співробітників компанії образ організації: популярність, сервіс, репутація, PR, участь у ярмарках, мотивація співробітників. [16]

Варто наголосити на тому, що без ефективного зворотнього зв'язку створення позитивного іміджу буде утруднене. Як-то кажуть: «Спочатку Ви працюєте на авторитет, а потім авторитет – на Вас!».

Відзначимо, що одиничні показники якості маркетингу, що розглянуто вище, хоч і можна застосовувати окремо, все ж варто використовувати у комплексі, а також з визначенням міри впливу окремих факторів на загальний результат.

Для визначення впливу факторів можна розглянути метод розстановки пріоритетів, а в якості способу виведення суджень – метод парних порівнянь. Але це варто розглядати вже на конкретних прикладах. У такому випадку, вважаємо за доцільне продовжувати наші дослідження за напрямками ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств з метою активізації управлінської діяльності та вдосконалення їхнього фінансово-економічного становища у сучасних умовах господарювання.

Висновки

У практичних умовах для визначення ефективності маркетингової діяльності існують певні труднощі. Результат, отриманий від маркетингової діяльності, важко відокремити від загального результату, якого підприємство досягає загальними зусиллями. Тому питання, що були розглянуті у даному дослідженні, набувають такої ваги. У цій роботі ми не розглядали усього спектру проблематики, пов'язаної з підвищенням ефективності маркетингової діяльності та автома-

тизацією в управлінні маркетингом, хоча вони є актуальні й обов'язково будуть розглядатись у наступних наших роботах. Зосередились лише на методологічних особливостях оцінки ефективності маркетингової діяльності.

На нашу думку для визначення ефективності маркетингової діяльності підприємства доцільно було б використати показники якості маркетингу. Якість маркетингу можна визначити як сукупність властивостей маркетингової діяльності, які визначають її здатність виконувати свої функції. Підсумовуючи результати досліджень, наголосимо й на тому, що оцінка ефективності маркетингу повинна реалізовуватись комплексно.

Розглянута у даній роботі методика визначення ефективності проста в розрахунковому відношенні і цілком доступна розумінню керівників та спеціалістів, що дозволило нам подальше її впровадження на досліджуваних підприємствах, адже застосування цієї методики в практичній аналітичній роботі підвищить якість оцінки маркетингової діяльності підприємств в складних умовах ринкових трансформацій.

Вважаємо перспективними продовження досліджень також й інших методів оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств з метою отримання достовірних результатів раціонального використання грошових коштів, виділених для проведення маркетингових заходів; розробки рекомендацій по підвищенню ефективності маркетингової діяльності та формування загальної стратегії маркетингового розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Белінська Н. С., Лесько О. Й. Економічна ефективність діяльності молокопереробних підприємств в період ринкових трансформацій в Україні (1991–2007 роки) : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2012. 280 с.
2. Куценко В. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. Київ : МАУП, 2003. 184 с.
3. Длігач А. Системно-рефлексивний маркетинг у сучасному підприємстві. Маркетинг в Україні. 2010. № 5. С. 43–47.
4. Воронов А. А., Валькович О. Н. Маркетинговий підхід к измерению эффективности производства. Маркетинг. 2002. № 6. С. 32–42.
5. Стрій Л. О. Маркетинг XXI століття. Концептуальні зміни та тенденції розвитку : монографія / за наук. ред. проф. А.К. Голубева. Одеса : ВМВ, 2010. 320 с.

6. Продіус Ю. І. Вплив маркетингової діяльності на конкурентоспроможність підприємства. ЛОГОС. Мис-тецтво наукової думки. 2019. № 4. С. 26–29.

7. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: навч. посіб. Київ: ВД «Про-фесіонал», 2010. 288 с.

8. Шпак Н. О., Грабович І. В. Підходи до оцінювання ефективності використання інструментів маркетингу під-приємств. Науковий вісник Ужгородського національ-ного університету. 2022. № 45. С. 84–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-45-15>

9. Трапаїдзе С. М. Оцінка результативності впро-вадження маркетингових стратегій в агропромисло-вому виробництві. Приазовський економічний вісник. 2017. № 2. С. 24–29.

10. T. Ambler, F. Kokkinaki, S. Puntoni. Assessing marketing performance: Reasons for metric selection. *Journal of Marketing Management*. 2004. Vol. № 20(3/4). P. 475–498.

11. Лукан О. Аналіз ефективності маркетингової ді-яльності підприємства. Вісник Київського національ-ного торговельно-економічного університету. 2014. № 5. С. 42–51.

12. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.

13. ДСТУ ISO 9001:2015. Системи управління якістю. Вимоги. [Чинний від 2016-06-01]. Київ: ДП «УкрНДНЦ», 2016. 22 с.

14. Лисенко О. Роль маркетингу в системі управління якістю. Економіка та суспільство. 2021. № 30. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-11>

15. Єршова І. І., Паракуда В. В. Нова версія ISO 9004:2018 «Управління якістю. Якість організації. На-станови щодо досягнення сталого успіху». Інфраструк-тура якості: перспективи та тенденції розвитку: тези до-повідей II міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 6 червня 2018 року). Київ: Редакційно-видав-ничий відділ ДП «УкрНДНЦ», 2018. С. 10–11.

16. Что такое качество маркетинга и как на него повлияют. URL: <https://zaochnik.com/spravochnik/marketing/osnovi-marketinga-i-reklami/kachestvo-marketinga/> (дата звернення: 25.05.2024).

17. Ткачук С. В. Маркетинг послуг : конспект лек-цій для студ. галузі знань 0305 «Економіка і підприєм-ництво» напряму підготовки 6.030507 «Маркетинг» денної та заочної форм навч. К.: НУХТ, 2015. 119 с.

18. Про благодійну діяльність та благодійні органі-зації: Закон України від 23.01.2024. № 5073-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17>

19. Податковий кодекс України. Склад витрат та порядок їх визнання (стаття 138) : Закон України від 01.04.2024. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

References:

1. Belinska, N. S., Lesko, O. Y. (2012). *Ekonomiczna efektyvnist' diyal'nosti molokopererobnykh pidpryyemstv v period rynkovykh transformatsiy v Ukrayini (1991–2007 roky): monohrafiya* [Economic Efficiency of Dairy Process- ing Enterprises During Market Transformations in Ukraine (1991–2007): Monograph]. Vinnytsia: VNTU. 280 p.

2. Kutsenko, V. M. (2003). *Marketynhovyy menedzh- ment: navch. posib.* [Marketing Management: Textbook]. Kyiv: MAUP. 184 p.

3. Dlihach, A. (2010), «System–Reflective Marketing in Modern Entrepreneurship». *Marketynh v Ukrayini*, vol. 5, pp. 43–47.

4. Voronov, A. A., Valkovich, O. N. (2002), «Market- ing Approach to Measuring Production Efficiency». *Mar- ketynh*, vol. 6, pp. 32–42.

5. Striy, L. O. (2010). *Marketynh XXI stolittya. Kontseptual'ni zminy ta tendentsiyi rozvytku: monohrafi- ya* [Marketing of the 21 st Century. Conceptual Changes and Development Trends: Monograph] / Ed. by Prof. A. K. Holubev. Odesa: VMV. 320 p.

6. Prodius, Yu. I. (2019), «The Impact of Marketing Activities on Enterprise Competitiveness». *ЛОГОС. The Art of Scientific Mind*, vol. 4, pp. 26–29.

7. Balabanova, L. V. (2010). *Upravlinnya marketyn- hovym potentsialom pidpryyemstva: navch. posib.* [Man- aging the Marketing Potential of an Enterprise: Text- book]. Kyiv: VD «Professional». Ukraine. 288 p.

8. Shpak, N. O., Hrabovych, I. V. (2022), «Approaches to Evaluating the Effectiveness of Marketing Tools in Enter- prises», *Naukovy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*, vol. 45, pp. 84–90. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-45-15>

9. Trapaidze, S. M. (2017), «Evaluation of the Effec- tiveness of Implementing Marketing Strategies in Agro- Industrial Production», *Pryazovsky ekonomichnyy vis- nyk*, vol. 2, pp. 24–29.

10. Ambler, T. Kokkinaki, F. Puntoni, S. (2004), «As- sessing marketing performance: Reasons for met- ric selection», *Journal of Marketing Management*, vol. 20(3/4), pp. 475–498.

11. Lukan, O. (2014), «Analysis of the Effectiveness of Enterprise Marketing Activities», *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho torhovel'no-ekonomichnoho universyte- tu*, vol. 5, pp. 42–51.

12. Kotler, F. (2006), Marketing menedzhment. Ekspres-kurs. 2 nd ed, Trans. from English by S. G. Bozhuk (Ed.), St. Petersburg: Piter, 464 p.

13. Systemy upravlinnia yakistiu (2016), «Vymohy: DSTU ISO 9001:2015» [Quality Management Systems. Requirements: DSTU ISO 9001:2015], Kyiv: SE «UkrNDNC», Ukraine. 22 p.

14. Lysenko, O. (2021). Rol' marketynhu v systemi upravlinnya yakistyu [The Role of Marketing in the Quality Management System]. Ekonomika ta suspil'stvo, (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-11>

15. Yershova, I. I., Parakuda, V. V. (2018), «New Version of ISO 9004:2018 Quality Management. Quality of an Organization. Guidelines for Achieving Sustained Success», Tezy dopovidei II Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii 'Infrastruktura yakosti: perspektyvy ta tendentsii rozvytku' [Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference «Quality Infrastructure: Prospects and Development Trends»], Kyiv, Ukraine, June 6, 2018, pp. 10–11.

16. Educational service Zaochnik (2022), «What is marketing quality and how to influence it», available at: <https://zaochnik.com/spravochnik/marketing/osnovi-marketinga-i-reklami/kachestvo-marketinga/> (Accessed: 25 May 2024).

17. Tkachuk, S. V. (2015). Marketynh posluh : konспект lektsiy dlya stud. haluzi znan' O3O5 «Ekonomika i pidpryemnytstvo» napryamu pidhotovky 6.O3O5O7 «Marketynh» dennoji ta zaochnoji form navch. [Marketing of services: lecture notes for students of the field of

knowledge O3O5 «Economics and Entrepreneurship», specialty 6.O3O5O7 «Marketing» full-time and part-time study]. Kyiv: NUFT. 119 p.

18. The Verkhovna Rada of Ukraine (2024), Law of Ukraine «On Charitable Activities and Charitable Organizations», available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5073-17> (Accessed 23 January 2024, p. 5073–VI).

19. The Verkhovna Rada of Ukraine (2024), «Tax Code of Ukraine Article 138. Composition of Expenses and Procedure for Their Recognition», available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (Accessed 01 April 2024, p. 2755–VI).

Дані про автора

Курдиш Руслан Федорович,

закінчив аспірантуру Вінницького національного аграрного університету за спеціальністю 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»

e-mail: kurdysh@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-9499-9375>

Data about the author

Ruslan Kurdysh,

graduated from the postgraduate course of Vinnytsia National Agrarian University, specialty 08.00.04 «Economics and management of enterprises (by types of economic activity)».

e-mail: kurdysh@ukr.net

УДК 330.3

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764691>

ПАЛАМАРЧУК О. М.

СКРИПНИК Р. Є.

Стратегічне планування діяльності м'ясопереробних підприємств України в умовах воєнного стану

Предметом дослідження. Стаття присвячена дослідженню теоретичних аспектів стратегічного планування які можуть бути застосовані для забезпечення стабільності та розвитку м'ясопереробної галузі України.

Методи дослідження. Виокремлено головні проблеми розвитку м'ясопереробної галузі. Розглянуто механізми планування та адаптації виробничих процесів м'ясопереробних підприємств в умовах воєнного стану.

Результати роботи. Досліджено можливості впровадження інновацій та підтримки сталого розвитку м'ясопереробних підприємств України в умовах воєнного стану. Враховуючи ефективність та успішність роботи м'ясопереробних підприємств, визначено, що особлива увага повинна приділятися саме стратегічному плануванню їх діяльності, оскільки воно передбачає визначення конкретних цілей та завдань які взаємопов'язані між собою та з наявним обсягом ресурсного потенціалу.

Висновки. Запропоновано заходи для системного управління ризиками та забезпечення безперервності бізнес-процесів на підприємствах.

Ключові слова: стратегія, планування, підприємство, стратегічний розвиток, бізнес, інновації.

PALAMARCHUK O. M.

SKRIPNIK R. Ye.

Strategic planning of Ukrainian meat processing enterprises under martial law

The subject of the study. The article is devoted to the study of theoretical aspects of strategic planning that can be used to ensure the stability and development of the meat processing industry in Ukraine.

Research methods. The main problems of development of the meat processing industry are highlighted. The mechanisms of planning and adaptation of production processes of meat processing enterprises under martial law are considered.

Results of work. The possibilities of introducing innovations and supporting the sustainable development of meat processing enterprises in Ukraine under martial law are investigated. Taking into account the efficiency and success of meat processing enterprises, it is determined that special attention should be paid to the strategic planning of their activities, since it involves the definition of specific goals and objectives that are interrelated with each other and with the available resource potential. Measures for systematic risk management and ensuring the continuity of business processes at enterprises are proposed. Martial law has a significant impact on the functioning of industrial enterprises, forcing them to revise their strategic plans. The loss of markets, destruction of infrastructure, supply problems and instability of financial flows create the need to adapt strategic planning to new realities. The martial law poses numerous challenges for meat processing companies in Ukraine, but the right development strategies can ensure their sustainability and successful operation. Adaptation of production processes, effective risk management, ensuring business continuity, innovation and adherence to the principles of sustainable development are key aspects that contribute to the survival and prosperity of enterprises in difficult conditions.

Conclusions. The development strategy of meat processing companies should be flexible, adaptive and focused on long-term success. Ukrainian meat processing enterprises should take into account all new opportunities and risks and take them into account in strategic planning and further activities to ensure the sustainable development of the enterprise.

Keywords: strategy, planning, enterprise, strategic development, business, innovation.

Постановка проблеми. Головною проблемою розвитку м'ясопереробної галузі залишається дефіцит сировини, насамперед через низьку мотивацію аграріїв до збільшення чисельності свиней або започаткування такого бізнесу, що пояснюється його недостатнім технологічним розвитком, високою собівартістю та низькою рентабельністю в попередні роки. Впродовж двох десятиліть в Україні споживання свинини не забезпечувалось власним виробництвом. До липня 2022 року від 10% до 30% споживання свинини забезпечував імпорт, експортний потенціал та розвиток м'ясопереробної галузі в Україні був заблокований. М'ясопереробна галузь України є стратегічним сектором економіки, що генерує високу додану вартість від вирощування зернових, виробництва кормів, вирощування птиці,

свиней до їх переробки та продажу м'яса, м'ясних виробів на внутрішній та глобальний ринки, забезпечує національну продовольчу безпеку, представляючи один з найбільших секторів економіки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретико-методологічної бази та вивчення практичних аспектів стратегічного планування проводили: І. Ansoff, Д. Довгань, О. Бланк, В. Геєць, Є. Кіяшко, О. Сталінська, Л. Швець. Ці та інші науковці активно досліджують різні аспекти стратегічного розвитку підприємств в Україні, пропонуючи теоретичні та практичні рекомендації для їх вдосконалення в умовах сучасних економічних викликів. Слід зазначити, що дані дослідження орієнтовані на стабільні економічні умови розвитку підприємств.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значний науковий внесок науковців у цій сфері, питання стратегічного планування та адаптації виробничих процесів м'ясопереробних підприємств в умовах воєнного стану є дискусійними та потребують подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розробка рекомендацій для стійкого функціонування підприємств в умовах воєнного стану.

Виклад основного матеріалу дослідження. М'ясопереробна промисловість є важливою складовою агропромислового комплексу України, забезпечуючи населення якісними продуктами харчування та створюючи робочі місця. В умовах воєнного стану підприємства цієї галузі стикаються з численними викликами, включаючи порушення логістичних ланцюгів, руйнування інфраструктури та зниження купівельної спроможності населення. Також відбулось суттєве скорочення поголів'я тварин, зростання вартості кормових добавок, палива, тому підприємства м'ясопереробної галузі потребують використання більш ефективних стратегічних рішень для зменшення операційних витрат та сталого розвитку [5].

Впродовж двох десятиліть в Україні споживання продуктів м'ясопереробної галузі не забезпечується власним виробництвом. До липня 2022 року від 10% до 30% споживання продукції забезпечував імпорт, експортний потенціал та розвиток м'ясної галузі в Україні був заблокований. Підприємства м'ясної галузі найбільше зацікавлені у розвитку сировинних галузей – рослинництва, свинарства, птахівництва, збільшенні поголів'я, запровадженні ефективних технологій на зниження собівартості, а також, крім внутрішнього ринку збуту мають доступ в глобальний ринок та досвід експорту/імпорту м'ясом. На 01.01.2022 року на свинокомплексах 24 областей України утримувалося 3 млн. свиней, що вдвічі менше, ніж на свинокомплексах Бельгії (6 млн. свиней) – країні, що за розмірами в 20 разів менша за Україну [4].

Враховуючи несприятливі умови господарювання, на великих підприємствах м'ясопереробної галузі стратегічний план діяльності розробляється не більш як на 2–3 роки.

Стратегічне планування діяльності підприємств м'ясопереробної галузі в умовах воєнного стану –

це комплекс заходів, який враховує специфіку ризиків і викликів. Адаптивність, гнучкість, забезпечення безперервності бізнесу та інтеграція нових технологій є ключовими аспектами, що сприяють стійкості та розвитку підприємств [1]. Підприємства повинні постійно аналізувати свою діяльність, бути готовими до швидких змін і мати чіткі плани дій на випадок надзвичайних ситуацій. Тільки так вони зможуть забезпечити свою стійкість і конкурентоспроможність в умовах воєнного стану [6].

Для формування стратегічного плану підприємства необхідно:

- визначити цілі та завдання стратегічного плану на певний період, враховуючи поточний стан підприємства, основних фондів, запасів сировини, матеріальних ресурсів та фінансово-економічний стан.
 - проаналізувати фінансові можливості;
 - систематизувати переваги, недоліки та ризики існуючих сегментів ринку;
 - складати плани виробництва та реалізації продукції на 2–3 роки;
 - визначити наявні технічні засоби, план закупівлі нового обладнання;
 - розробити фінансовий план для забезпечення виконання комплексного плану технологічного розвитку підприємства, визначити джерела фінансування та відповідальних експертів-виконавців;
 - розрахувати економічні вигоди від реалізованих заходів та собівартість реалізації продукції [2].
- Механізми реалізації стратегічних заходів представлено на рисунку 1.

Варто зазначити, що через жорстку конкуренцію на ринках закупівлі сировини та збуту продукції, керівники м'ясопереробних підприємств не бажають ділитися своїми стратегічними планами, розробкою нових видів продукції та досвідом вибору стратегії для раціонального використання сировини та безвідходних технологій, власними ноу-хау [2]. З 2026-го року в Україні обов'язковими стануть європейські стандарти. За цей час усі підприємства мають перейти на дотримання відповідних вимог та параметрів.

В середньому це коштуватиме галузі близько 500 млн. дол. США. Однак вже зараз виробники співпрацюють з ветеринарами та консультантами для покращення догляду та створення оптимальних умов для кращого росту та стану здоров'я тварин в умовах промислового виробництва. Ще один аспект – зменшення викори-

Механізм 1	Збільшення попиту на продукцію м'ясопереробної галузі	Покращення контролю епізоотичної ситуації та простежуваності	Створення сприятливого бізнес середовища	Формування ефективного виробничо-збутового ланцюга (ВЗЛ)	Посилення позиції на внутрішньому ринку та розширення географії поставок вітчизняної продукції	Підвищення сталості та ефективності виробництва в Україні
	Формування позитивного іміджу галузі, виробників та популяризація продуктів м'ясопереробної галузі	Покращення рівня біобезпеки виробників	Затвердження стратегії розвитку галузі на державному рівні	Розробка та впровадження стандартів класифікації ЄС	Впровадження компартменталізації Поглиблення бенчмаркінгових та аналітичних досліджень.	Інформаційна підтримка виробників.
Механізм 2	Вивчення стереотипів та звичок споживання продуктів м'ясопереробної галузі в Україні.	Реалізація стратегії боротьби з АЧС.	Внесення змін і розробка нормативної бази для вирішення проблематики галузі. Кооперація з відповідальними відомствами на рівні РГ.	Налагодження каналів комунікації зі споживачем. Впровадження стандарту виробництва м'яса без антибіотиків.	Створення та просування вітчизняного бренду на зовнішніх ринках.	Розробка та впровадження кращих практик.
Механізм 3	Гарантування якості та безпечності продукції шляхом впровадження добровільних програм контролю, системи знаків якості.	Покращення систем простежуваності по ланцюгу виробництва.	Розширення програм державної підтримки галузі.	Кооперація виробників з метою спільного збуту, переробки та реалізації готової продукції.		Створення центрів розвитку м'ясопереробки. Діджиталізація виробництва.

Механізми реалізації стратегічних заходів

Джерело: систематизовано на основі даних [3]

стання антибіотиків у вирощуванні тварин, м'ясо яких буде використовуватись для виробництва продуктів харчування. Розвиток антибіотикорезистентності – глобальна проблема [3]. Завдання – до 2026-го сформувати нормативну базу та загальноприйняті практики виробництва, що дозволить мінімізувати застосування ПМП. Водночас, необхідно є розробка і впровадження стандарту виробництва без антибіотиків і системи лейблів для маркування цієї продукції із залученням компетентного органу.

Згідно з прогнозом, до 2050-го року населення світу збільшиться до 10 млрд. Це значить, що виробництво харчової продукції зросте до 80%, щоб не допустити голоду. Тобто у наступні 50 років буде вироблено більше продукції, ніж сукупно за останні 10 тис. років. Наслідок – загроза дефіциту ресурсів для виробництва та посилення впливу на довкілля. Щоб мінімізувати вплив цих чинників, підприємства вже сьогодні реалізують програми забезпечення сталості виробництва, що включають: підвищення ефективнос-

ті (більший вихід при менших затратах ресурсів), зменшення впливу на довкілля (менше споживання води, кращі практики утилізації побічних продуктів тваринництва, зменшення «вуглецевого відбитку»). Бенчмаркінг – це один з інструментів оптимізації виробничих та економічних показників м'ясопереробних підприємств. Завдання – в наступні 5 років збільшити коло респондентів, щоб їхня частка складала 50% від промислового виробництва м'яса в Україні. Це один крок – створення центрів розвитку для невеликих виробників та навчальних програм для працівників виробництв. Також, абсолютно неминучою є діджиталізація – це тренд розвитку сільського господарства глобально і в Україні. Вже зараз все більшої популярності набувають системи дистанційного контролю виробничих процесів. На черзі – застосування систем штучного інтелекту для моніторингу здоров'я тварин, виробничих показників та оптимізованого застосування виробничих ресурсів. Діджиталізація – невід'ємна складова сталого виробництва [3].

Висновки

Безпечне бізнес–середовище та захищеність виробників — одні із пріоритетів системного управління ризиками та забезпечення безперервності бізнес–процесів на підприємствах в умовах воєнного стану. Щоб цього досягти, необхідно:

1. Затвердити стратегію розвитку галузі на державному рівні.

2. Змінювати нормативну базу, зокрема в частині перегляду документів, що містять норми, розроблені ще за часів радянського союзу, а отже, не відповідають сучасним технологіям та підходам.

3. Адаптувати норми європейського законодавства з урахуванням потреби, готовності та українських реалій.

4. Затвердити три–п'ятирічну програму державної підтримки галузі.

5. Кооперувати з галузевими організаціями та відповідальними відомствами на рівні робочих груп, формувати експертне середовище.

Перевагами такого підходу стануть:

– Повне завантаження виробничих потужностей МПК, стабілізація системи м'ясовиробництва та розширення асортименту готової продукції.

– Потужне інтегроване підприємство матиме нижчі виробничі витрати на одиницю продукції, контролюватиме якість по всьому виробничому ланцюгу і формуватиме кращу роздрібну ціну.

– Належність до регіонального центру м'ясної галузі (РЦМГ) гарантуватиме виробникам збут вироблених тварин без необхідності виходу на ринок.

– РЦМГ володіє ресурсами для реалізації інвестиційних проєктів технічного удосконалення і розширення виробництва для підприємств–учасників;

– Будівництво і концентрація виробництва навколо переробного центру мінімізує епізоотичну загрозу, оскільки транспорт і персонал не контактуватимуть із сторонніми фермами та забійними цехами.

– Кожен регіональний центр м'ясної галузі формуватиме свої вимоги щодо стандартизації м'ясної сировини для постачання продукції фіксованої якості в торгівельні мережі і на зовнішні ринки.

Список використаних джерел:

1. Ansoff I. The State of Practice Planning Systems / Ansoff I. // Sloan Management Review. — 1977. — Winter. — P. 1–24.

2. Бергер А.Д., Стратегічне планування діяльності підприємства м'ясопереробної галузі в умовах євроінтеграції. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2018. Випуск 28. Ч.1. С.71–74.

3. Секторальна стратегія свинарства 2020–2025 : веб–сайт. URL: <http://asu.pigua.info/userfiles/doc/2020–2025.pdf> (дата звернення: 25.05.2024).

4. М'ясна галузь України – від дефіциту сировини до лідерства у глобальному ринку : веб–сайт. URL: <https://agroexpert.ua/m-iasna-haluz-ukrainy-vid-defitsytu-syrovyny-do-liderstva-u-hlobalnomu-rynku/> (дата звернення: 10.06.2024).

5. Петрук Ю. В., Артеменко Л. П. Особливості стратегічного планування підприємства в умовах кризи. «Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»». № 22, 2022. С.72–78

6. Довгаль О.В. Стратегічне управління підприємствами харчової галузі. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 2015. №1 веб–сайт. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4228> (дата звернення: 28.05.2024).

References:

1. Ansoff I. The State of Practice Planning Systems / Ansoff I. // Sloan Management Review. — 1977. — Winter. — P. 1–24.

2. Berher A.D., Stratehichne planuvannya diyal'nosti pidpryyemstva m'yasopererobnoyi haluzi v umovakh yevrointehratsiyi. Naukovyy visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky». 2018. Vypusk 28. Ch.1. S.71–74.

3. Sektoral'na stratehiya svynarstva 2020–2025 : veb–sayt. URL: <http://asu.pigua.info/userfiles/doc/2020–2025.pdf> (data zvernennya: 25.05.2024).

4. M'iasna haluz' Ukrainy – vid defitsytu syrovyny do liderstva u hlobal'nomu rynku : veb–sayt. URL: <https://agroexpert.ua/m-iasna-haluz-ukrainy-vid-defitsytu-syrovyny-do-liderstva-u-hlobalnomu-rynku/> (data zvernennya: 10.06.2024).

5. Petruk Yu. V., Artemenko L. P. Osoblyvosti stratehichnoho planuvannya pidpryyemstva v umovakh kryzy. «Ekonomichnyy visnyk NTUU «Kyivivs'kyu politekhnichnyy instytut»». № 22, 2022. S.72–78

6. Dovhal' O.V. Stratehichne upravlinnya pidpryyemstvamy kharchovoyi haluzi. Elektronne naukovе fakhove vydannya «Efektyvna ekonomika». 2015. №1 veb–sayt. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4228> (data zvernennya: 28.05.2024).

Дані про авторів

Паламарчук Оксана Миколаївна,

к. е. н., доцент, Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3267-0917>

Скрипник Роман Євгенович,

аспірант, Університет Григорія Сковороди в Переяславі

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8255-3839>

Data about the authors

Oksana Palamarchuk,

Candidate of economic sciences, associate professor
Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav

Roman Skripnik,

Postgraduate student of the Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav

УДК: 330.101.542:65.012.8

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764697>

ЗАМАНОВ В. Л.

ПОДКОПАЄВ О. М.

СОЛОВІЙ С. Б.

Концептуальні напрями забезпечення економічної безпеки готельно–ресторанного бізнесу в сучасних умовах

Предметом дослідження є теоретичні та методологічні аспекти забезпечення економічної безпеки готельно–ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

Метою дослідження є визначення концептуальних напрямів забезпечення економічної безпеки готельно–ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

Методи дослідження. У дослідженні застосовано сукупність наукових методів і підходів, описовий, аналітичний, узагальнення, логіки, системний, що дозволило забезпечити концептуальну єдність дослідження.

Результати роботи. У статті обґрунтовано концептуальні напрями забезпечення економічної безпеки готельно–ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

Галузь застосування результатів. Сфера розвитку бізнес – структур в готельно–ресторанній галузі.

Висновки. Основні підсумки та його методологічні результати можна звести до наступного формулювання: на основі проведеного дослідження запропоновано та обґрунтовано концептуальні напрями забезпечення економічної безпеки готельно–ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

Ключові слова: економічна безпека, забезпечення, бізнес – структури, концептуальні напрями, готельно–ресторанний бізнес.

ZAMANOV V. L.

PODKOPAIEV O. M.

SOLOVIY S. B.

Conceptual directions of ensuring the economic security of the hotel and restaurant business in modern conditions

The subject of the study is the theoretical and methodological aspects of ensuring the economic security of the hotel and restaurant business in modern conditions.

The purpose of the study is to determine the conceptual directions of ensuring the economic security of the hotel and restaurant business in modern conditions.

Research methods. The research used a set of scientific methods and approaches, descriptive, analytical, generalization, logic, systematic, which allowed to ensure the conceptual unity of the research.

Results of work. The article substantiates the conceptual directions of ensuring the economic security of the hotel and restaurant business in modern conditions.

Field of application of results. The sphere of development of business structures in the hotel and restaurant industry.

Conclusions. *The main conclusions and its methodological results can be reduced to the following formulation: on the basis of the conducted research, conceptual directions for ensuring the economic security of the hotel and restaurant business in modern conditions are proposed and substantiated.*

Key words: *economic security, security, business structures, conceptual directions, hotel and restaurant business.*

Постановка проблеми. Одним з найбільш важливих завдань, що стоять перед суб'єктами господарювання підприємництва, є забезпечення економічного розвитку та економічної безпеки. Сучасні реалії вітчизняної економіки характеризуються дестабілізацією абсолютно всіх її сфер. В першу чергу за рахунок пандемії та глобальної економічної кризи, каталізатором якої і стали наслідки від епідемії коронавірусної хвороби. Україна, як країна, що знаходиться в центрі Європи, не є винятком [1]. Окрім цього вітчизняні підприємницькі структури зазнали дисбалансу в своїй діяльності внаслідок російської агресії та ведення війни.

Серед підприємницьких структур в таких складних економічних умовах опинились і вітчизняні заклади готельно-ресторанного бізнесу. Вітчизняний готельно-ресторанний сектор є одним із тих, хто виживає у ці складні економічні часи. Тому поняття економічної безпеки набуває особливого значення. Адже турбулентне зовнішнє та внутрішнє середовище, існуючі загрози та ризики, а також поява нових загроз, які можуть вплинути на стабільність підприємств, змушують підприємства шукати більш ефективні інструменти та механізми підвищення власної безпеки.

Регулярний моніторинг рівня економічної безпеки дозволяє підприємствам запобігати зарозам та виявляти проблемні зони, що дає змогу аналізувати ефективність своєї діяльності та розробляти превентивні заходи для підтримання стабільного функціонування. Однак особливістю вітчизняного готельно-ресторанного сектору та закладів готельно-ресторанного бізнесу є те, що бізнес-рішення приймаються вже після того, як загрози та небезпечні ситуації сталися, а не для їх попередження. Тому виникає необхідність більш глибокого дослідження економічної безпеки та окреслення концептуальних напрямів її забезпечення для готельно-ресторанного бізнесу та його закладів в умовах сьогодення.

Система економічної безпеки готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах представлена сукупністю функцій, інструментів та концепту-

альних орієнтирів, покликаних створити безпечне середовище функціонування таких структур та забезпечити максимально безпечний розвиток, що дасть можливість одержання максимальну прибутковості у довгостроковій перспективі.

При цьому однією з головних особливостей цієї системи є її гнучкість та адаптивність, що слугує невід'ємною частиною будь-якого управління безпекою. Враховуючи динамічність економічного середовища, в якому перебувають сучасні бізнес-структури, ці якості стають об'єктом управлінської уваги в контексті забезпечення економічної безпеки, особливо в частині врахування впливу та масштабів потенційних наслідків відповідних динамічних процесів на стан різних функціональних складових діяльності таких суб'єктів господарювання [2].

Це особливо важливо для тих бізнес-структур, які мають проблеми з рекламуванням (продажем) послуг, які вони надають, і не мають можливості їх рекламувати та просувати [3]. Необхідність забезпечення економічної ефективності та економічного розвитку бізнес-структури полягає в удосконаленні методів управління маркетингом та використанні маркетингових прийомів для забезпечення конкурентоспроможності пропонуванних послуг. Це стає особливо важливим і актуальним в умовах інтеграції до ЄС.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню формування економічної безпеки підприємств присвячені праці як вітчизняних та зарубіжних вчених.

Особливе теоретичне та практичне значення відповідних наукових напрацювань представляють роботи таких вчених: Б.М. Андрушків, З.С. Варналія, О.В. Васильєва, С.В. Васильчак, Н.Ю. Гічкова, Я.А. Жаліло, З.Б. Живко, А.О. Захарова, С.Н. Іляшенко, Г.В. Козаченко, Л.Я. Малюти, І.І. Нагорної, Є.А. Олейнікова, В.П. Пономарьова, М.В. Суботи, Б.О. Язлюк та інших. Проте, враховуючи наявність потужних трансформаційних змін у особливостях побудови та організації управління безпекових систем бізнес-структур, викликаних економічними та політичними процесами,

більш ґрунтовного розгляду потребує вплив відповідних тенденцій на особливості забезпечення економічної безпеки закладів готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. Адже, певні питання формування та забезпечення економічної безпеки та на її основі економічного розвитку бізнес-структур готельно-ресторанної сфери в умовах інтеграції до ЄС залишаються далекими від вирішення, що робить актуальним потребу подальших досліджень цієї сфери.

Метою статті є дослідження щодо формування концептуальних напрямів забезпечення економічної безпеки закладів готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

Вклад основного матеріалу. Забезпечення сталого економічного зростання на основі мобілізації та ефективного використання всіх ресурсів і засобів в умовах ринкової трансформації вітчизняної економіки є одним з основних факторів, що нівелюють позитивні економічні тенденції в країні в умовах інтеграції. Серед найважливіших шляхів зміцнення економіки та ефективного використання потенційних ресурсів регіонального розвитку особливе місце займає забезпечення економічної безпеки підприємницької структури готельно-ресторанного господарства в сучасних умовах [4].

Бізнес-структури готельно-ресторанної сфери є невід'ємною складовою механізму конкуренції, який надає гнучкості ринковій економіці, вирішує проблеми зайнятості населення, акумулює виробничі та фінансові ресурси і обслуговує ринок. Важливість підприємницької діяльності полягає насамперед у тому, що вона є фактором економічного розвитку бізнес-структури в готельно-ресторанному секторі:

- по-перше, вона сприяє структурним змінам в економічній системі;
- по-друге, сприяє регіональному та ефективному використанню матеріальних і нематеріальних інвестиційних ресурсів;
- по-третє, забезпечує відповідні стимули для зайнятості трудових ресурсів та продуктивної праці;
- по-четверте, сприяє створенню умов для розвитку інновацій, ініціативи, творчості та інтелектуальної індивідуальності людських ресурсів;;
- по-п'яте, виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку країни та її інтеграції в ЄС шляхом створення сприятливого середовища для здорової конкуренції [3].

Загальновідомо, що економічний розвиток бізнес-структур готельно-ресторанної сфери в умовах ринкової економіки є важливим фактором, що впливає на темпи економічного зростання, склад і розмір валового національного продукту країни [4].

Завдяки невеликим масштабам господарської діяльності більшості закладів готельно-ресторанного бізнесу (малий та середній бізнес), такі організації демонструють гнучкість і високу здатність швидко реагувати на економічну ситуацію в країні та швидко адаптуватися до нових ситуацій, запитів споживачів, тобто реальних потреб ринку.

Розвиток готельно-ресторанного сектору можливий лише за умови гнучкості бізнес-структури, здатної адекватно реагувати та сприймати мінливі потреби споживачів. Однак постійні зміни у світовій економіці, зростання добробуту населення та спрощення вимог до міжнародних подорожей створюють значні загрози економічній безпеці вітчизняного готельно-ресторанного господарства.

Технологічний розвиток призвів до появи нових ідей в контексті обслуговування в секторах тимчасового розміщення та харчування. Так, з'явилися нові системи доставки, електронне бронювання та оренда квартир з різними варіантами обслуговування. Швидкість змін у сучасному зовнішньому середовищі є як джерелом загрози для виживання компаній, так і джерелом збільшення доходів від їхньої господарської діяльності [5].

Спочатку визначимо сутність економічної безпеки підприємницьких структур. Проаналізуємо основні підходи до визначення поняття «економічна безпека підприємства» та виділимо основні ознаки, сформульовані автором у його визначенні. На думку О.М. Головка «економічна безпека підприємств готельно-ресторанного господарства – це стан захищеності життєво важливих інтересів закладів від внутрішніх і зовнішніх загроз (джерел небезпеки), створений керівництвом і персоналом готелю, шляхом реалізації системи заходів правового, економічного, організаційного, інженерно-технічного та соціально-психологічного характеру» [6].

За визначенням Р. М. Дацьківа, економічна безпека – це стан економічного розвитку, який гарантує гармонійний розвиток підприємства, ефективне використання можливостей та усунення загроз зовнішнього середовища [7].

А. Штангрет визначає економічну безпеку підприємства як стан суб'єкта господарювання, за якого забезпечується найбільш ефективно використання ресурсів підприємства для пом'якшення, запобігання та захисту від існуючих небезпек і загроз або непередбачуваних ситуацій, що забезпечує досягнення цілей бізнесу, особливо в умовах конкуренції та підприємницьких ризиків [8].

Економічна безпека у сфері готельно-ресторанного бізнесу є комплексною категорією і являє собою сукупність характеристик, які дають змогу підприємствам готельно-ресторанного бізнесу здійснювати свою діяльність та залишатися економічно невразливими до впливу несприятливих зовнішніх і внутрішніх чинників на макро-, мезо- та мікрорівнях [9].

Отже, авторами було проведено низку наукових досліджень, присвячених вивченню змісту поняття «економічна безпека підприємств». Всі ці дослідники розглядають «економічну безпеку підприємств» з різних сторін: комплекс заходів, складові підприємства, стан розвитку підприємства, забезпеченість ресурсами та стан захищеності підприємства. Це свідчить про те, що економічна безпека підприємств є дуже актуальною і залишатиметься актуальною в майбутньому, але доповнюватиметься новим змістом та підходами до трактування.

Основними цілями системи економічної безпеки є забезпечення стабільного функціонування підприємств та запобігання або усунення існуючих і прихованих загроз. Процес управління системою економічної безпеки складається з низки взаємопов'язаних дій, що здійснюються керівництвом бізнес-структури для забезпечення її оптимального та ефективного функціонування. Цей процес повинен здійснюватися на всіх рівнях управління. Іншими словами, він пронизує всю існуючу організаційну структуру підприємства. Особливістю цього процесу є те, що він є цілісним і не змінюється при належному налагодженні системи економічної безпеки. Слід зазначити, що ця система складається з різних компонентів залежно від сфери діяльності підприємства [10].

Однак слід зазначити, що питання ризиків та загроз економічній безпеці підприємств готельно-ресторанного господарства ще недостатньо вивчене.

Хоча неможливо передбачити, коли настане наступна криза, керівники підприємств готель-

но-ресторанного господарства повинні створити поведінкову модель [11] для своїх організацій та працівників, яка б могла протидіяти поточним і можливим майбутнім ризикам і загрозам, використовувати інноваційні рішення в процесі управління бізнес-структурою, зосередитися на забезпеченні безпечного перебування гостей та працівників у межах організації.

Застосування такої моделі поведінки сьогодні забезпечить безпечний розвиток бізнес-структури в майбутньому.

Проблема визначення основних ризиків та загроз економічній безпеці підприємств сфери тимчасового розміщування та організації харчування є складною та багатогранною, оскільки вони походять як із зовнішнього, так і з внутрішнього середовища (рис. 1).

Згідно з рисунком 1, зовнішнє середовище підприємств сфери гостинності створює значні ризики та загрози економічній безпеці, серед яких тероризм усіх видів і форм, біологічні загрози, репутаційні ризики, стихійні лиха та інші форс-мажорні обставини. Внутрішнє середовище також є джерелом ризиків і загроз, таких як майнові ризики, інфекційні захворювання, харчові отруєння, ризики, пов'язані з використанням приміщень, та ризики, пов'язані з поводженням з конфіденційними даними.

Усі ризики та загрози взаємопов'язані і не можуть існувати ізольовано. До прикладу репутаційні ризики є частиною зовнішнього середовища компанії, але допущення харчових отруєнь або поширення інфекційних захворювань, безсумнівно, вплине на репутацію компанії.

Кожен співробітник готельного чи ресторанного підприємства також може бути джерелом ризику або загрозою економічній безпеці компанії [5]. Мінімізація ризиків у кадрових питаннях здійснюється відповідно до політики надання рівних можливостей кожному співробітнику. Працівників заохочують вносити пропозиції щодо інновацій, процедур економії коштів та інших позитивних ідей, пов'язаних з індустрією гостинності, якими можна вільно ділитися [12].

Практика забезпечення економічної безпеки підприємствах готельно-ресторанного господарства пов'язана з результатами їх діяльності. Зокрема, наявність сформованої політики економічної безпеки, частий перегляд встановленої політики, залучення працівників до розробки та

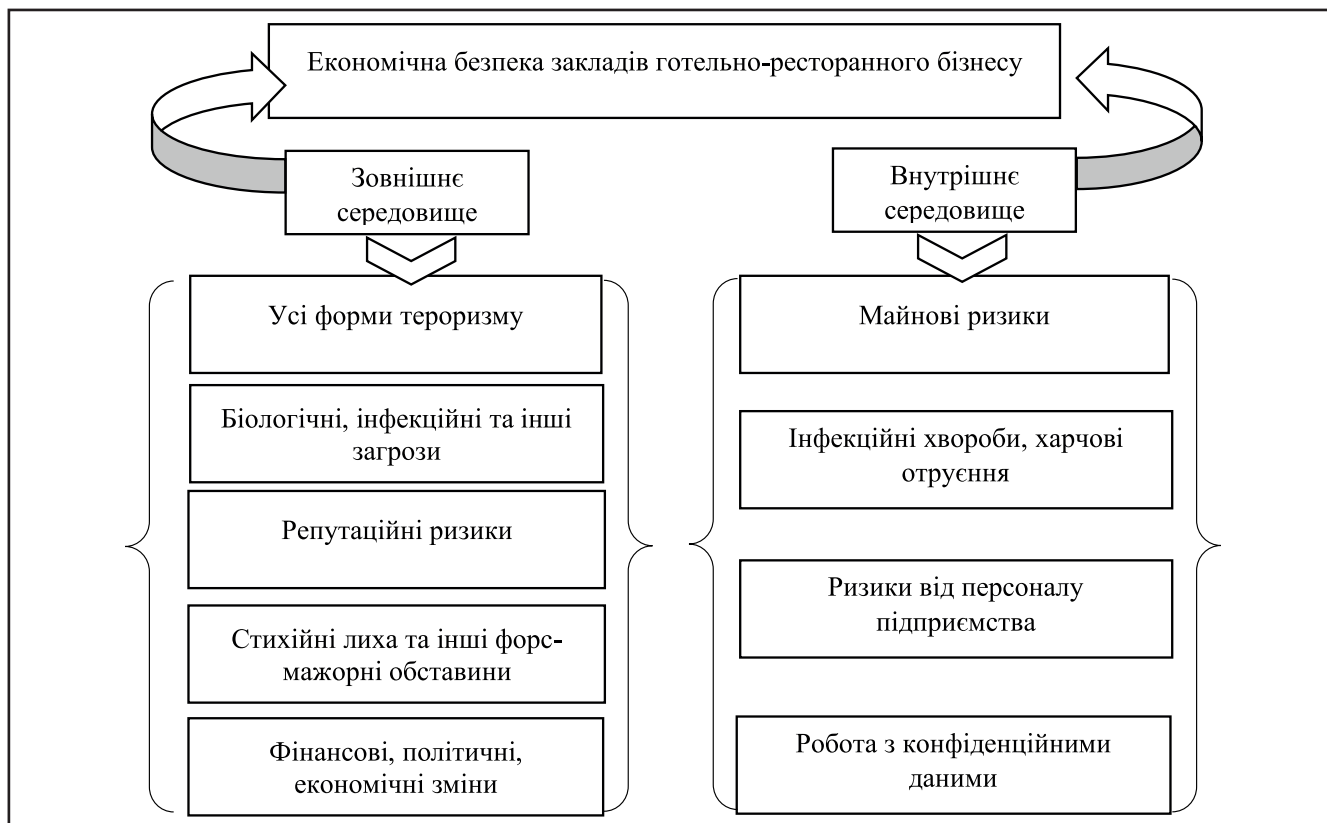


Рисунок 1. Ключові ризики та загрози економічній безпеці підприємства готельно-ресторанної сфери

впровадження політики, навчання працівників та систематичний моніторинг ризиків і загроз економічній безпеці сприятимуть підвищенню ефективності роботи таких підприємств.

Для того, щоб система економічної безпеки була ефективною, вона повинна відповідати певним науковим принципам:

1) принцип безперервності (постійний моніторинг змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі);

2) Принцип стратегічності (забезпечення реалізації головних інтересів підприємства);

3) Принцип простоти (має бути зрозумілою для керівництва та персоналу);

4) Принцип централізації (має бути гарантована функціональна незалежність процесів забезпечення безпеки в межах окремої компанії);

5) Принцип керованості (конкретні адміністративні та організаційні заходи);

6) Принцип універсальності (має бути доступною для більшості підприємств) [13].

У сучасних умовах діяльність закладів готельно-ресторанного бізнесу формується під впливом різноманітних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які можуть мати позитивний

або негативний вплив на їх функціонування. Тому різні явища можуть бути причиною виникнення загроз, ризиків та небезпек. Оцінювати їх доцільно відповідно до структурних елементів економічної безпеки підприємства (рис. 2).

Розглянемо детальніше, яким чином кожен з вищезазначених елементів впливає на діяльність закладів готельно-ресторанного бізнесу. На нашу думку, одним з основних елементів економічної безпеки є інформація. В умовах стрімкого розвитку інформаційних, інтелектуальних та цифрових процесів в економіці особливого значення набуває захист внутрішньої інформації, комерційної таємниці та досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення всіх відділів та підрозділів бізнес-структур готельно-ресторанного господарства. Основними показниками рівня цієї складової економічної безпеки є повнота і точність процесу прийняття управлінських рішень, а також відсутність або мінімізація суперечливої інформації, що використовується в процесі їх прийняття. Сучасні корпоративні системи інформаційної безпеки покликані захищати конфіденційну інформацію від несанкціонованого доступу, запобігати зловмисним або випадковим

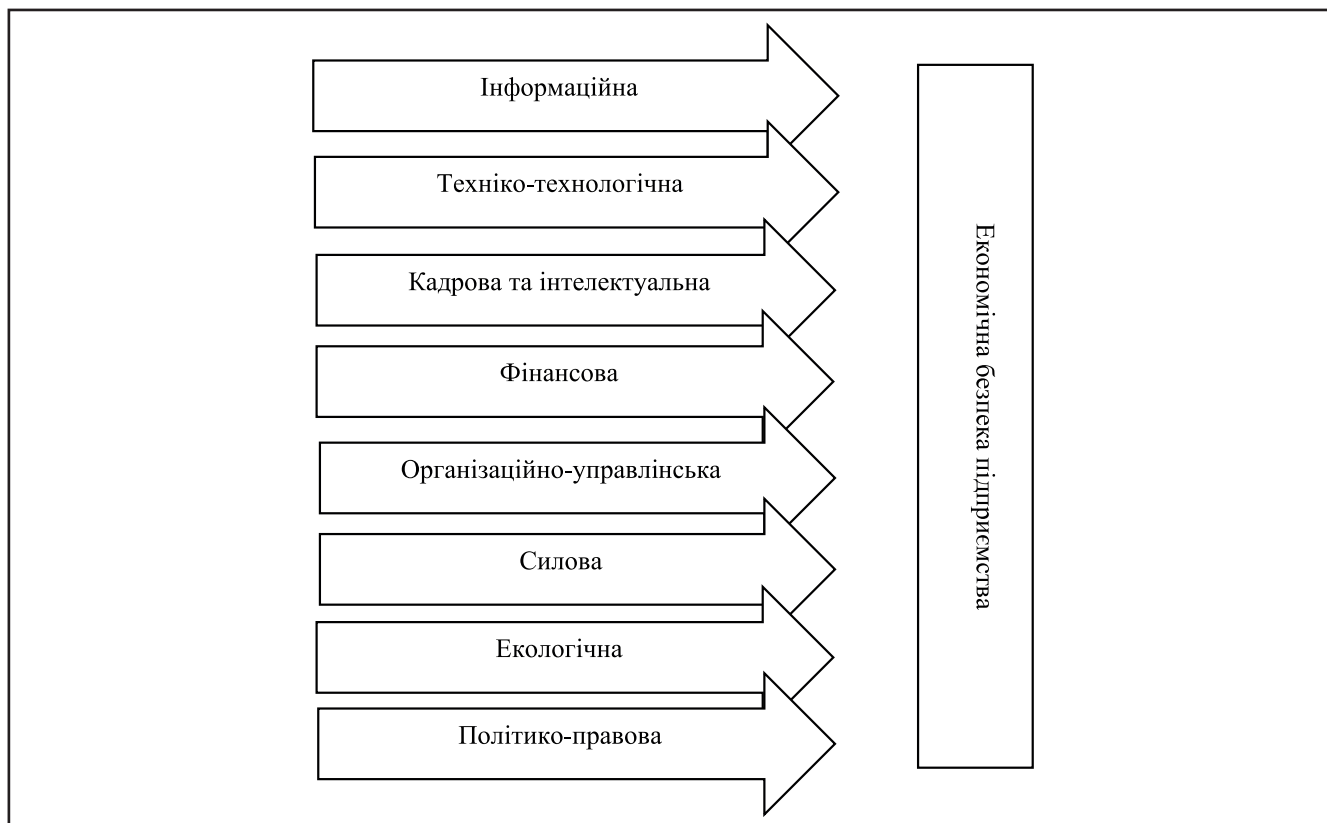


Рисунок 2. Структура економічної безпеки закладів готельно-ресторанного бізнесу

змінам (управління цілісністю) та забезпечувати необхідний рівень доступу [14].

Техніко-технологічна складова полягає у забезпеченні технологічної автономії та досягненні високої конкурентоспроможності технологічного потенціалу закладів готельно-ресторанної сфери. Основними негативними наслідками є порушення технологічної дисципліни, дії, спрямовані на підрив технологічного потенціалу закладів, технологічна застарілість та недостатній розвиток нових технологій. Техніко-технологічна складова економічної безпеки бізнес-структур спрямована на створення та використання технологічної інфраструктури, обладнання, основних засобів, технологій та бізнес-процесів, які посилюють конкурентоспроможність закладів та підвищують ефективність використання наявних ресурсів [15].

Людська та інтелектуальна складова є одним з основних джерел небезпеки та ризику для бізнес-структур. Згідно з нещодавнім дослідженням, понад 40 відсотків підприємств втрачають до 7 відсотків своїх доходів через крадіжки. З іншого боку, лише 20% спроб зламати мережі та отримати несанкціонований доступ до комп'ютерної інформації походять із зовнішніх джерел, а решта 80% – від посадових осіб компанії. В американських

компаніях 95% втрат пов'язані з особистим втручанням посадових осіб компанії, і лише 5% – з діями клієнтів або інших осіб. Згідно зі статистикою Європейського Союзу, приблизно 58% відомих випадків шахрайства та зловживань вчиняються працівниками, 30% – менеджерами і 12% – вищим керівництвом або власниками [16].

Основними негативними наслідками для людської та інтелектуальної складових є міграція та плінність кадрів, фізичне старіння персоналу та старіння знань і навичок, зниження винахідницької та інноваційної активності. Основними заходами підвищення ефективності цього структурного елемента економічної безпеки є забезпечення високого рівня кваліфікації персоналу через відповідні заходи (курси підвищення кваліфікації, навчальні семінари тощо) та підвищення його інтелектуального потенціалу (створення систем мотивації працівників до раціоналізаторської та інноваційної діяльності, аутсорсинг, залучення персоналу, співпраця з провідними фахівцями галузі на позаштатній основі).

Фінансовий структурний елемент в економічній безпеці бізнес-структур є одним з ключових напрямків її діяльності. Від того, наскільки раціонально підприємство використовує власні опе-

раційні ресурси, залежить, в кінцевому рахунку, ефективність його роботи в цілому і всіх його структурних елементів. Фінансова складова тісно пов'язана з усіма вищезазначеними структурними елементами економічної безпеки. Основними індикаторами послаблення фінансової підсистеми економічної безпеки закладів готельно–ресторанного господарства є зниження ліквідності, зростання кредиторської та дебіторської заборгованості, зниження фінансової стійкості та незалежності. Система оцінки та аналізу економічної безпеки включає сукупність узгоджених, взаємопов'язаних блоків, етапів діяльності, систематизованих і адаптованих до цих завдань (орієнтованих) прийомів, методів і моделей, що забезпечує виявлення, оцінку та прийнятний вплив економічних ризиків з мінімальними втратами ресурсів підприємства, зниження їх до прийняттого рівня [17].

Щодо організаційно–управлінської складової економічної безпеки, то варто зазначити, що її роль є досить недооціненою серед топ–менеджменту закладів готельно–ресторанного господарства країни. Більшість управлінських рішень, пов'язаних з управлінням закладами готельно–ресторанного господарства, типом організаційної структури та формуванням організаційної культури, приймаються досить розрізнено, без чіткого системного підходу. У той же час, організаційно–управлінські елементи є визначальними умовами впровадження та реалізації цілей закладів готельно–ресторанного господарства та забезпечення ефективного функціонування всіх аспектів їх економічної безпеки.

Силова підсистема економічної безпеки насамперед пов'язана з ефективною організацією безпеки працівників, їх капіталу, майна та бізнес–інтересів. Основною негативною дією є фізичний та моральний вплив на певних осіб (керівників, провідних спеціалістів підприємств). Основна мета таких дій – завдати шкоди їхньому здоров'ю (фізичному та психологічному), а також створити загрозу іміджу та стабільному функціонуванню компанії. В результаті таких дій можуть бути негативні наслідки, що завдають шкоди майну суб'єкта господарювання, знецінюють його активи та призводять до втрати ним економічної незалежності. Реалізація важливих інтересів закладів готельно–ресторанного господарства забезпечується використанням їхніми працівниками засобів і пред–

метів праці, які повинні бути надійно захищені від існуючих і потенційних загроз [18].

Світові тенденції економічного розвитку формують новий напрям до зростання значення національних закладів готельно–ресторанної сфери. Процес євроінтеграції спонукає як держави, так і підприємства орієнтуватися не тільки на виробництво та задоволення власних потреб, а й на мінімізацію негативного впливу результатів виробничо–господарської діяльності на навколишнє середовище, зменшення викидів та ін. Тому важливо забезпечити врахування екологічних чинників в економічному розвитку закладів готельно–ресторанної сфери. Адже, роль екологічних чинників в економічній безпеці підприємств значно зросла. Індикаторами низького рівня екологічних чинників є загрози здоров'ю працівників, зниження конкурентоспроможності підприємств та їхніх послуг, високі екологічні штрафи та платежі.

Для забезпечення належного рівня екологічної безпеки в Україні необхідно створити відповідні механізми на національному рівні для запобігання та контролю негативних процесів у навколишньому середовищі та стимулювання організацій до здійснення своєї діяльності відповідно до екологічних принципів [19].

Політико–правова складова економічної безпеки готелів та ресторанів полягає у якісному правовому захисті всіх аспектів їх діяльності. Безумовно, основою цього структурного елементу є зовнішнє середовище, в якому функціонує підприємство на рівні політичної ситуації, правового забезпечення та законодавчої бази країни. При цьому підприємства адаптуються до існуючих умов і створюють власні умови відповідно до національної правової бази. Основними загрозами, що впливають з політико–правових аспектів безпеки, є недостатній правовий захист інтересів закладів готельно–ресторанної сфери, порушення законних прав операторів та їх працівників, навмисне або необережне розголошення комерційно важливої конфіденційної інформації та порушення патентного і авторського законодавства. Для ефективного забезпечення політико–правових елементів економічної безпеки та належного правового супроводу діяльності підприємства (запобігання фінансовим та іншим втратам) необхідно, щоб юридичний відділ підприємства складався з висококваліфікованих

працівників, було забезпечено належне фінансування цієї служби, керівництво компанії розуміло важливість правового супроводу всіх аспектів діяльності компанії [20].

Висновки

Економічну безпеку сучасного готельно-ресторанного підприємства слід розглядати як систему взаємодії її основних структурних елементів. Тому підтримка лише окремих складових не забезпечить достатнього рівня економічної безпеки бізнесу. Необхідний комплексний підхід, який передбачає превентивні заходи та застереження для основних структурних підрозділів підприємства та відповідальних осіб у разі настання певної ризикової події або небезпеки.

Універсальними інструментами забезпечення економічної безпеки закладів готельно-ресторанного господарства є організаційно-адміністративні заходи, технічне забезпечення, управління та систематичний моніторинг як показників окремих структурних елементів, так і економічної безпеки всієї структури підприємства. Економічна безпека є однією з найважливіших умов виживання підприємства, оскільки гарантує захист від внутрішніх і зовнішніх загроз та є основою для економічно ефективного функціонування і стабільного розвитку. Тому кожен готельно-ресторанний заклад повинен розробити власний механізм управління економічною безпекою, який буде залежати від сфери його діяльності, операційних ресурсів та здатності реалізувати основні заходи щодо захисту від загального рівня компетентності та основних структурних елементів.

Механізм управління економічною безпекою кожного готелю/ресторану є суто індивідуальним. Його повнота та ефективність залежить від існуючої в країні нормативно-правової бази, обсягу матеріально-технічних і фінансових ресурсів, виділених керівництвом готельно-ресторанного підприємства, розуміння кожним працівником важливості забезпечення безпеки праці та досвіду керівника служби корпоративної безпеки. Алгоритм створення такого механізму полягає в розробці надійних інструментів управління економічною безпекою, який дозволяє готельно-ресторанному закладу адаптуватися і функціонувати в умовах будь-яких перешкод і загроз. Тому без спланованого механізму неможливо підготуватися і своєчасно відреагу-

вати на всі загрози. І найголовніше, без чіткого механізму економічної безпеки неможливо передбачити потенційні загрози та стабільно працювати на ринку.

Оскільки туристична галузь до цього часу потерпає від введених локдаунів під час коронавірусної пандемії, третій рік економічних потрясінь внаслідок війни в Україні, зниженої готовності людей до подорожей, закладам готельно-ресторанної галузі доводиться розробляти нові стратегії та застосовувати нову тактику, формувати концептуальні напрями забезпечення економічної безпеки готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах.

Спираючись на вищезазначені принципи та інструменти управління економічною безпекою, в статті окреслено концептуальні засади забезпечення економічної безпеки закладів готельно-ресторанного господарства в сучасних умовах, які сприятимуть в майбутньому ефективному управлінню економічною безпекою та убезпечать їх стійкість і успішну діяльність в бізнес-середовищі.

Основний вектор концептуальних засад забезпечення економічної безпеки закладів готельно-ресторанного господарства в сучасних умовах полягає в:

- проведенні систематичного аналізу ризиків та ідентифікації потенційних загроз, оцінці їх ймовірності та впливу, розробці стратегій мінімізації ризиків, які можуть вплинути на їх економічну безпеку;
- диверсифікації своєї діяльності та ресурсів, тобто розподіл ризиків між різними сферами бізнесу та ринками, що може допомогти зменшити залежність від певних факторів та мінімізувати потенційні втрати;
- ефективному фінансовому менеджменті, що є важливим аспектом управління економічною безпекою. Заклади готельно-ресторанного бізнесу повинні мати системи управління, бюджетування та звітності, які дозволять їм своєчасно виявляти фінансові проблеми, контролювати витрати та ефективно використовувати ресурси;
- необхідності мати фінансові резерви на випадок непередбачуваних подій та несприятливих змін ринкової кон'юнктури, створення резервів та розробки плану дій, що допоможе забезпечити стійкість бізнесу в умовах невизначеності;
- готовності готельного та ресторанного бізнесу до змін та інновацій в економічному середовищі, що може допомогти бізнесу зберегти конкурентоспроможність та економічну стабільність;

• управлінні економічною безпекою компаній, що вимагає співпраці та взаємодії з усіма зацікавленими сторонами, включаючи клієнтів, постачальників, партнерів та державних органів. Розуміння їхніх потреб та очікувань і побудова довгострокових відносин сприятиме сталому розвитку готельно–ресторанного бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Зайченко К.С., Діма Н.І. Економічна безпека підприємства: сутність та роль. Ефективна економіка, №5, 2021. С.410–414. DOI: 10.32702/2307–2105–2021.5.90.
2. Тульчинська С.О., Ткаченко Т.П., Гращенко М.В. Загрози економічної безпеки малого підприємництва. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 23. С. 31–33.
3. Васильчак С.В., Петриняк У.Я., Дубина М.П., Соловій С.Б. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності бізнес структур в умовах інтеграції до ЄС. Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. Київ, 2022. № 12 (259). С.5–12. URL: pdfhttp://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2022_12_3.
4. Vasylychak S.V., Halachenko O.O. Otsinka vyrobnychoho potentsialu sanatorno–kurortnykh pidpriemstv v rozrizi turystychnykh rehioniv. Ekonomichyi visnyk DVNZ «Pereiaslav–Khmelnyskoho Derzhavnoho Pedagogichnoho Universytetu im. H.Skovorody». Pereiaslav–Khmelnyskyi, 2016. S.134–138.
5. Воронюк Є.В. Ключові загрози економічній безпеці підприємств готельно–ресторанної галузі. Бізнесінформ. № 6, 2021. С. 145–150.
6. Головка О.М., Махлинець С.С., Симочко Г.В. Організація готельного господарства: навч. посіб. Київ: Кондор, 2011. 410 с.
7. Дацків Р.М. Економічна безпека у глобальному вимірі. Актуальні проблеми економіки. 2004. № 7. С. 143–153.
8. Штангрет А.М., Котляревський Я.В., Караїм М.М. Економічна безпека підприємства в умовах антикризового управління: концептуальне визначення та механізм забезпечення: навч. посіб. Л: УАД, 2012. 288с.
9. Бівець А.В. Економічна безпека у сфері готельно–ресторанного бізнесу у сучасних економічних умовах. Менеджмент та економічна безпека. Серія «Економічні науки», 2017. С. 3–8.
10. Садовяк М.С., Бегейло Н.В., Феник В.О., Приступа А.А. Особливості економічної безпеки підприємства. International Scientific Journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». https://doi.org/10.25313/2520–2294–2023–9.
11. Шацька З.Я. Трансформація системи управління підприємством в період глобальних змін. Ефективна економіка. 2017. № 12. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6029.
12. Гакова М.В. Концептуальні підходи до управління персоналом підприємств готельно–ресторанного господарства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2014. № 4. С. 130–134. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/940/1/Gakova_2_Kontseptualni_%20pidkhody.pdf.pdf.
13. Шевченко І. Особливості формування системи економічної безпеки Підприємства. Наука молода. 2008. № 10. С. 178–181.
14. Нехай В.А., Нехай В.В. Інформаційна безпека як складова економічної безпеки підприємств. Наук. вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 24(2). С. 137–140. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24(2)_30.
15. Клопов І.О. Управління економічною безпекою промислового підприємства. Вісник Запорізького національного університету [Електронний ресурс]. № 1(9), 2011. Режим доступу: http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco_2011_1/2011_1/O43–52.pdf.
16. Швець І.Б. Економічна безпека в управлінні персоналом. Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск №36–1. 2009. С. 179–184.
17. Амосов О.Ю. Фінансова безпека підприємства в сучасних економічних умовах: теоретичний аспект. Проблеми економіки. 2011. №4. С. 76–80.
18. Лойко В.В. Загрози економічній безпеці промислового підприємства: сутність та класифікація. Ефективна економіка. 2015. № 10. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua.
19. Щербина С. В. Державна політика у сфері забезпечення екологічної безпеки виробництва та реалізації агропродовольчої продукції. Державне управління: теорія та практика. 2013. № 2. С. 108–116. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2013_2_15.
20. Бабіна Н.О., Зачосова Н.В. Економіко–фінансова безпека підприємств України як елемент фінансової безпеки держави в контексті інтеграційних процесів. Управлінський аспект забезпечення фінансової безпеки України: колек. монографія за ред. О.В. Черевка, Черкаси: Видавець Ю.А. Чабаненко, 2018. С. 185–206.
21. Череп А.В., Лубенець І.О. Концептуальні засади економічної безпеки підприємств. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. №1(5), 2010. С. 62–66.

References:

1. Zaychenko K.S., Dima N.I. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva: sutnist' ta rol'. Efektyvna ekonomika, №5, 2021. S.410–414. DOI: 10.32702/2307–2105–2021.5.90.
2. Tul'chyns'ka S.O., Tkachenko T.P., Hrashchenko M.V. Zahrozy ekonomichnoyi bezpeky maloho pidpryyemnytstva. Investytsiyi: praktyka ta dosvid. 2017. № 23. S. 31–33.
3. Vasylychak S.V., Petrynyak U.Ya., Dubyna M.P., Soloviy S.B. Marketynhovi instrumenty zabezpechennya konkurentospromozhnosti biznes struktur v umovakh intehratsiyi do YeS. Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini: zb. nauk. prats'. Kyiv, 2022. № 12 (259). S.5–12. URL: pdfhttp://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2022_12_3.
4. Vasylychak S.V., Halachenko O.O. Otsinka vyrobnychoho potentsialu sanatorno–kurortnykh pidpryyemstv v rozrizi turystychnykh rehioniv. Ekonomichyi visnyk DVNZ «Pereiaslav–Khmelnyskoho Derzhavnoho Pedagogichnoho Universytetu im. H.Skovorody». Pereiaslav–Khmelnyskyi, 2016. S.134–138.
5. Voronyuk Ye.V. Klyuchovi zahrozy ekonomichniy bezpetsi pidpryyemstv hotel'no–restorannoyi haluzi. Biznesinform. № 6, 2021. S. 145–150.
6. Holovko O.M., Makhlynets' S.S., Symochko H.V. Orh-anizatsiya hotel'noho gospodarstva: navch. posib. Kyiv: Kondor, 2011. 410 s.
7. Datskiv R.M. Ekonomichna bezpeka u hlobal'nomu vymiri. Aktual'ni problemy ekonomiky. 2004. № 7. S. 143–153.
8. Shtanhret A.M., Kotlyarevs'kyi Ya.V., Karayim M.M. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva v umovakh antykrizovoho upravlinnya: kontseptual'ne vyznachennya ta mekhanizm zabezpechennya: navch. posib. L: UAD, 2012. 288s.
9. Biyevets' A.V. Ekonomichna bezpeka u sferi hotel'no–restorannoho biznesu u suchasnykh ekonomichnykh umovakh. Menedzhment ta ekonomichna bezpeka. Seriya «Ekonomichni nauky», 2017. S. 3–8.
10. Sadovyak M.S., Beheylo N.V., Fenyk V.O., Prystupa A.A. Osoblyvosti ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva. International Scientific Journal «Internauka». Series: «Economic Sciences». https://doi.org/10.25313/2520–2294–2023–9.
11. Shats'ka Z.Ya. Transformatsiya systemy upravlinnya pidpryyemstvom v period hlobal'nykh zmin. Efektyvna ekonomika. 2017. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6029.
12. Hakova M.V. Kontseptual'ni pidkhody do upravlinnya personalom pidpryyemstv hotel'no–restoranno–ho gospodarstva. Naukovyy visnyk Poltav's'koho universytetu ekonomiky i torhivli. Seriya «Ekonomichni nauky». 2014. № 4. S. 130–134. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/940/1/Gakova_2_Kontseptualni_%20pidkhody.pdf.pdf.
13. Shevchenko I. Osoblyvosti formuvannya systemy ekonomichnoyi bezpeky Pidpryyemstva. Nauka moloda. 2008. № 10. S. 178–181.
14. Nekhay V.A., Nekhay V.V. Informatsiyna bezpeka yak skladova ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstv. Nauk. visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Ekonomika i menedzhment. 2017. Vyp. 24(2). S. 137–140. Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_24(2)_30.
15. Klopov I.O. Upravlinnya ekonomichnoyu bezpekoyu promyslovoho pidpryyemstva. Visnyk Zaporiz'koho natsional'noho universytetu [Elektronnyy resurs]. №1(9), 2011. Rezhym dostupu: http://web.znu.edu.ua/herald/issues/2011/eco_2011_1/2011_1/O43–52.pdf.
16. Shvets' I.B. Ekonomichna bezpeka v upravlinni personalom. Naukovi pratsi DonNTU. Seriya: ekonomichna. Vypusk №36–1. 2009. S. 179–184.
17. Amosov O.Yu. Finansova bezpeka pidpryyemstva v suchasnykh ekonomichnykh umovakh: teoretychnyy aspekt. Problemy ekonomiky. 2011. №4. S. 76–80.
18. Loyko V.V. Zahrozy ekonomichniy bezpetsi promyslovoho pidpryyemstva: sutnist' ta klasyfikatsiya. Efektyvna ekonomika. 2015. № 10. [Elektronnyy resurs]. Rezhym dostupu: http://www.economy.nayka.com.ua.
19. Shcherbyna S. V. Derzhavna polityka u sferi zabezpechennya ekolohichnoyi bezpeky vyrobnytstva ta realizatsiyi ahroprodovol'choyi produktsiyi. Derzhavne upravlinnya: teoriya ta praktyka. 2013. № 2. S. 108–116. Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2013_2_15.
20. Babina N.O., Zachosova N.V. Ekonomiko–finansova bezpeka pidpryyemstv Ukrainy yak element finansovoyi bezpeky derzhavy v konteksti intehratsiynykh protsesiv. Upravlins'kyi aspekt zabezpechennya finansovoyi bezpeky Ukrainy: kolek. monohrafiya za red. O.V. Cherevka. Cherkasy: Vydavets' Yu.A. Chabanenko, 2018. S. 185–206.
21. Cherep A.V., Lubenets' I.O. Kontseptual'ni zasady ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstv. Visnyk Zaporiz'koho natsional'noho universytetu. Ekonomichni nauky. №1(5), 2010. S. 62–66.

Дані про авторів

Заманов Валерій Леонідович,

аспірант Донецького національного університету економіки та торгівлі імені М. Туган–Барановського

ORCID 0009-0006-0196-7979

e-mail: zvl2007@ukr.net

Подкопась Олег Миколайович,

в.о. директора Навчально-наукового інституту економіки та бізнес-освіти Державного університету економіки і технологій

ORCID 0009-0000-8104-1549

Соловій Сергій Богданович,

к. е. н., асистент, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

ORCID 0000-0002-2975-4661

e-mail: soloviy1977@gmail.com

Data about the authors**Valery Zamanov,**

postgraduate student of the Donetsk National University of Economics and Trade named after M. Tugan-Baranovskiy
e-mail: zvl2007@ukr.net

Oleh Podkopaiev,

Acting Director of the Educational and Scientific Institute of Economics and Business Education State University of Economics and Technology

Serhiy Soloviy,

Candidate of Economic, assistant Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies
e-mail: soloviy1977@gmail.com

УДК 336.5

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764705>

ЗОЛОТАРЕВСЬКИЙ А. В.

Роль, місце та ключові аспекти грантів у фінансовій системі закладів вищої освіти

Актуальність теми наукового дослідження зумовлена проблемою обмеження фінансування вітчизняних закладів вищої освіти. Проблема закладів вищої освіти, полягає в тому, що їх прогресивний розвиток можливий тільки в умовах повного та систематичного фінансового забезпечення освітніх проєктів, наявності як державних, так й приватних форм їх фінансування; зокрема, у формі грантів.

Метою даної науково-дослідної роботи є характеристика ролі, місця та ключових аспектів грантів у фінансовій системі закладів вищої освіти України. Основу методологічного підходу в даній науково-дослідній роботі складає якісне поєднання методів критичного аналізу наукової й методичної літератури та законодавчих документів, щодо питань фінансування закладів вищої освіти.

Головними результатами, які були отримані в рамках цього наукового дослідження, слід вважати дослідження ролі та місця грантів в системі фінансового забезпечення вищої освіти в Україні та їх основних аспектів. Охарактеризовано та обґрунтовано місце грантів у фінансовій системі закладів вищої освіти. Наведено приклади джерел сучасного грантового фінансування закладів вищої освіти в Україні. Окреслено ключові аспекти грантів в фінансовій системі вітчизняних закладів вищої освіти. Наголошено на необхідності: розширення залучення грантових коштів з метою підвищення якості освіти та ефективності функціонування закладів. Результати цього наукового дослідження, а також сформульовані на їхній основі висновки, мають суттєву значимість для сучасних вітчизняних керівників закладів вищої освіти, відповідальних за державне фінансування ВНЗ керівників Міністерства освіти та профільних міністерств і відомств й керівників організацій-донорів, що планують приєднатися до програм грантового фінансування наукових, навчальних чи інших проєктів ВНЗ.

Висновок. Грантове фінансування закладів вищої освіти розвантажує бюджет Міністерства освіти та надає гнучкості фінансовій політиці самих закладів й призводить до підвищення наукового та інноваційного розвитку суспільства.

Ключові слова: вища освіта, наукові гранти, фінансове забезпечення, джерела фінансування, фінансові резерви.

ЗОЛОТАРЕВСЬКИЙ А. В.

The role, place and key aspects of grants in the financial system of higher education institutions

The relevance of the topic of scientific research is determined by the problem of limiting the funding of domestic institutions of higher education. The problem of higher education institutions is

that their progressive development is possible only in conditions of full and systematic financial support of educational projects, availability of both public and private forms of their financing; in particular, in the form of grants.

The purpose of this research work is to characterize the role, place and key aspects of grants in the financial system of higher education institutions of Ukraine. The basis of the methodological approach in this research work is a qualitative combination of methods of critical analysis of scientific and methodical literature and legislative documents regarding the financing of higher education institutions.

The study of the role and place of grants in the system of financial support of higher education in Ukraine and their main aspects should be considered the main results obtained as part of this scientific research. The place of grants in the financial system of higher education institutions is characterized and substantiated. Examples of sources of modern grant financing of higher education institutions in Ukraine are given. The key aspects of grants in the financial system of domestic institutions of higher education are outlined. The need was emphasized: expanding the attraction of grant funds in order to improve the quality of education and the efficiency of the functioning of institutions. The results of this scientific research, as well as the conclusions formulated on their basis, are of significant importance for modern domestic heads of higher education institutions, responsible for state financing of higher education institutions, heads of the Ministry of Education and relevant ministries and departments, and heads of donor organizations that plan to join grant funding programs scientific, educational or other university projects.

Conclusions. Grant financing of higher education institutions relieves the budget of the Ministry of Education and provides flexibility to the financial policy of the institutions themselves, and leads to an increase in the scientific and innovative development of society.

Keywords: higher education; scientific grants; financial support; funding sources; financial reserves.

Постановка проблеми. Система освіти є обов'язковим підґрунтям та запорукою розвитку суспільства, необхідною складовою формування особистості, родини та якостей утворення людської єдності в масштабах держави, чи міждержавного об'єднання, що підтримує спільні стандарти освіти. Саме тому уряди, громадські установи, міжнародні організації та наукова спільнота зосереджують підвищену увагу щодо питань розвитку освітніх процесів в країні та зокрема її освітніх закладах. Освіта є початком та напрямом розвитку людської особистості, надає знання, спеціалізовані навички та професійні компетенції, що вибудовують майбутній загальний фахівців та взагалі людський потенціал в охопленому освітніми ініціативами регіоні, що програмує наступний послідовний та прогресивний шлях розвитку суспільства та держави, науково-технічному прогресу країни, сталим показникам продуктивності праці, покращенню якості життя. Однак, прогресивний розвиток закладів вищої освіти, як ключових провідників її впливу, можливий тільки в умовах фінансового забезпечення освітніх проектів, наявності не тільки державних, але й приватних форм їх фінансування. Зокрема, у формі грантів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики фінансування ви-

щої освіти присвячені праці вітчизняних вчених, зокрема В. Базилевич, М. Білінець, Т. Боголюб, С. Буковинський, О. Василик, В. Геець, В. Глуценко, О. Грішнова, А. Даниленко, Т. Єфименко, А. Криклій, В. Кудряшов, В. Куценко, Е. Лібанова, І. Лук'яненко, І. Лютий, Н. Новіков, Т. Оболенська, К. Павлюк, Д. Полозенко, Г. П'ятаченко, П. Саблук, В. Усик, В. Федосов, О. Чубукова, І. Чугунов, С. Юрій та інші. Також ці питання розглянули в своїх наукових роботах такі іноземні вчені як Н. Барр, М. Блауг, Б. Вульф, Б. Чапмен розглядають проблему фінансування освіти, як питання інвестування в людський капітал у контексті формування та розбудови інноваційної моделі фінансових та економічних відносин в суспільстві.

На думку вітчизняного вченого-фінансиста В. Усика [1], видатки на освіту прийнято вважати видатками на майбутнє країни – інвестиціями в людський та соціальний капітал, які мають позитивний вплив на макроекономічну динаміку, тобто сприяють економічному зростанню, соціальному розвитку та підвищенню конкурентоспроможності країни.

Метою статті є загальна характеристика ролі, місця та ключових аспектів задіяння грантів у фінансовій системі вищої освіти в Україні, та окреслення напрямів фінансової політики закладів

вищої освіти в Україні щодо її покращення в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Згідно Закону України «Про внесення змін до деяких законів України з метою підтримки наукової і науково-технічної діяльності», грант – грошові та інші засоби, які передаються на безоплатній та безповоротній основі громадянам і юридичним особам, у т.ч. іноземним громадянам та іноземним юридичним особам, а також міжнародним організаціям, які отримали право на надання грантів на території України у встановленому порядку на проведення певних наукових досліджень, напр. у галузі фармації, біотехнології, фармакології та ін., на умовах, які передбачені грантодавцями. Гранти передаються науковим працівникам, науковим організаціям, навчальним закладам вищої професійної освіти, іншим юридичним особам та громадянам. Отримувачі грантів розпоряджаються ними відповідно до законодавства України або на умовах, на яких ці гранти виділяються [2].

Істотною відмінністю договору гранту від договору виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт є відсутність у грантодавця прав на вироблену грантоотримувачем власність. Права на отриману інтелектуальну власність при виконанні гранту можуть бути різні у партнерів по спільному проекту. Це часто обумовлено статусом учасника проекту або ступенем фінансової участі партнерів при покритті частини витрат за проектом із коштів гранту [3, с. 32].

Роль грантів в закладах вищої освіти зумовлена тим, що за допомогою грантів здійснюється необхідна підтримка проектів, котрі не є прибутковими, але відіграють важливу роль у розвитку суспільства, міста або навчального закладу. Діяльність, що не отримує адекватного фінансування з боку держави, також може бути підтримана за допомогою грантів. Якщо за часів державного фінансування освітньої сфери, про гранти навіть питання не стояло й вони мали суто епізодичну роль, то при виникненні дефіциту фінансування питання залучення коштів стає все більш актуальним. В країнах Західної Європи гранти набули роль регулярного джерела надходжень коштів як для загального розвитку закладів вищої освіти, так й для окремих, конкретних проектів [4].

На думку іноземної дослідниці Д. Бієті місце грантів в закладах вищої освіти характеризуються тим, що гранти більш значимі для приватних

закладів освіти й на ряду з пожертвами від випускників та донорів є важливою складовою для фінансування ЗВО. Для приватного закладу вищої освіти це життєво важливо для повсякденної роботи закладу, оскільки в кампус входять програми, які зазвичай неможливо було б профінансувати: стипендії, програми підтримки студентів, будівельні проекти, ремонти тощо. У той же час фінансуюча організація може виконувати свою місію чи мету, дозволяючи некомерційним організаціям функціонувати або розширювати можливості чи послуги в установі. Це безпрограшна ситуація, коли присуджуються гранти.

Гранти можуть принести користь практично будь-якому університетському факультету, тому, досліджуючи правильний варіант, автору гранту важливо підтримувати відкриту лінію спілкування з керівниками відділів, щоб допомогти задовольнити їхні потреби.

В сучасних умовах розвитку закладів вищої освіти гранти допомагають в таких сферах, як STEM (наука, технології, інженерія та математика), стипендії, гуманітарні науки, професійний розвиток, наука про охорону здоров'я, наставництво від студента до студента тощо [5].

Як зазначають іноземні вчені Ц. Чжан, Н. Кан та Р. Барнс [6] – з 2008 року обсяг державного фінансування відносно потреб закладів вищої освіти постійно скорочується, що призводить до суттєвих зрушень в освітній системі розвинутих країн. А саме, до визнання освітнього капіталізму, підвищення плати за навчання, приватизації закладів освіти, корпоратизації, як включення окремих, зазвичай приватних, закладів вищої освіти до фінансових та господарських планів та стратегій залучення й розвитку персоналу окремих великих корпорацій. Це призводить до створення таких нових наукових дисциплін як теорія ресурсної залежності, економічне оновлення та економетрія освіти. Також, в суспільних дебатах з цього приводу громадська думка стала схилитися до тези про те, що вища освіта не є громадським благом а є цілком вимірним приватним благом, освітнім продуктом. Людина, як суб'єкт вищої освіти таким чином стає споживачем освітніх продуктів та менеджером формування свого трудового капіталу.

Грант-менеджмент грає ключову роль у фінансовій системі державного ВНЗ, забезпечуючи доступ до додаткових ресурсів та сприяючи розвитку [7, с. 11].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Ось кілька ключових аспектів:

Додаткові фінансові джерела:

Розширення можливостей: Гранти надають можливість залучати додаткові фінансові ресурси, що дає змогу реалізовувати амбітні проекти, які не можуть бути повністю профінансовані з державного бюджету [8, с. 10].

Диверсифікація фінансування: Гранти допомагають знизити залежність ВНЗ від державного фінансування, роблячи його більш фінансово стійким [9, с. 19].

Як зазначає Портал фінансування та тендерів Європейської комісії, важливим є аспект сприяння науковим дослідженням та інноваціям:

Стимулювання досліджень: Гранти на наукові дослідження дозволяють фінансувати передові дослідження, розробки, впровадження нових технологій та інновацій.

Підвищення конкурентоспроможності: Гранти допомагають вишам конкурувати з іншими

освітніми та науковими установами, залучати талановитих вчених та дослідників [10].

Українські дослідники Марченко О. В. та Сушко Д. О. вказали на такий аспект впливу грантів на заклади вищої освіти як З. Розвиток освітньої інфраструктури:

Створення нових програм: Гранти можуть фінансувати розробку та впровадження нових освітніх програм, підвищення якості існуючих курсів, модернізацію навчальної лабораторії тощо.

Підвищення привабливості ВНЗ: Гранти на розвиток інфраструктури допомагають створювати більш сучасне та комфортне навчальне середовище, що підвищує привабливість ВНЗ для студентів [11, с. 8].

Зміцнення зв'язків із зовнішніми партнерами:

Співпраця з бізнесом: Гранти можуть стимулювати співпрацю ВНЗ з комерційними підприємствами, що сприяє практичній реалізації наукових розробок та створенню нових робочих місць.

Основні гранти на освіту

№ з.п.	Грант	Призначення	Критерії отримання	Характеристика гранту
1	Гранти від Міністерства освіти і науки України	Спрямовані на підтримку студентів та науковців в різних галузях освіти та науки	Зазвичай критерії включають академічні досягнення, наукову активність, участь у конференціях, наукових проектах тощо	Гранти можуть охоплювати різні напрямки, включаючи фінансування наукових досліджень, участь у міжнародних програмах обміну, а також стипендії для осіб із високими академічними досягненнями
2	Гранти від Європейського Союзу	Спрямовані на підтримку освітніх та наукових ініціатив в рамках ЄС та сприяють міжнародному обміну та співпраці	Критерії можуть включати академічні досягнення, знання іноземних мов, мотивацію до участі у програмах обміну тощо	Програми Erasmus+, Marie Skłodowska-Curie Actions та інші дозволяють студентам отримати досвід у навчанні та дослідженнях в різних країнах ЄС
3	Гранти від міжнародних та національних організацій	Можуть бути спрямовані на розвиток конкретних галузей або підтримку інновацій в освіті та науці	Критерії різняться в залежності від організації та програми, але зазвичай вони включають в себе якісні та кількісні параметри проекту чи ініціативи	Можуть бути призначені для розвитку конкретних технологій, наукових досліджень, розвитку освітніх програм тощо
4	Гранти для наукових досліджень	Надають можливість науковцям та докторантам здійснювати наукові дослідження та зробити вагомий внесок у свою галузь	Можуть включати наукові здобутки, оригінальність ідеї, план дослідження, а також можливий вплив на галузь	Можуть включати наукові здобутки, оригінальність ідеї, план дослідження, а також можливий вплив на галузь
5	Гранти для соціально вразливих груп	Спрямовані на підтримку осіб, які можуть зазнавати фінансових труднощів або потребують особливого підходу	Можуть включати доходи сім'ї, наявність інвалідності, соціальний статус тощо	Можуть включати стипендії для осіб з низьким рівнем доходу, фінансування навчальних витрат, підтримку для інвалідів тощо

Міжнародні проекти: Гранти на міжнародні проекти сприяють міжнародному співробітництву та обміну досвідом [11. С, 11].

На думку вітчизняного дослідника О. Вольфа, цілком необхідний аспект 5. Управління грантами: Прозорість і звітність: Грант-менеджмент включає сувору систему обліку та звітності, що забезпечує прозорість використання грантових коштів.

Відповідність вимогам: Грант-менеджмент допомагає вузам задовольняти вимоги грантодавців, що підвищує ймовірність успішного отримання та використання грантів [11. С, 12].

Загалом грант-менеджмент грає важливу роль у фінансовій системі державного ВНЗ, сприяючи його розвитку, розширенню можливостей та підвищенню конкурентоспроможності.

Ситуація з наданням грантів в Україні охарактеризована в таблиці. [12]

Висновки

Таким чином, грантове забезпечення фінансування є суттєвим підґрунтям як для окремих учбових, наукових, суміжних та інших проектів закладами вищої освіти в Україні, так й для загального їх розвитку.

Керівників сучасних вітчизняні закладів вищої освіти, відповідальні за державне фінансування ВНЗ, керівників Міністерства освіти та профільних міністерств і відомств, керівники організацій-донорів, що планують приєднатися до програм грантового фінансування наукових, навчальних чи інших проектів ВНЗ на разі є суб'єктами грантового фінансування й для створення грантового проекту потрібно зібрати їх зусилля в рамках грантового договору.

Грантове забезпечення фінансування діяльності та розвитку закладів вищої освіти має ті переваги, що сприяє актуалізації персональної відповідальності за ефективність використання власних та залучених коштів та стимулює розширення грантового фінансування навчання обдарованої молоді.

Грантове фінансування у закладах вищої освіти сприяє гнучкості фінансової політики самих закладів та ефективності надання освітніх послуг, як результат, це призводить до покращення підготовки фахівців, проведенню нових наукових досліджень та інноваційному розвитку держави в цілому.

Список використаних джерел:

1. В. Усик. Особливості фінансування вищої освіти. 2 (203) Економіка. Бюлетень Національного університету імені Т. Г. Шевченка 2019
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України з метою підтримки наукової і науково-технічної діяльності» від 01.12.1998 р. № 285-XIV [2]. Документ 3534-IX, чинний, поточна редакція – Прийняття від 21.12.2023. (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2024, № 3, ст.21)
3. В.В. Белявцева, А.І. Гнатенко, О.С. Зінченко та ін. ; за заг. ред. О.В. Кулініча. Основи грантрайтингу та управління проектами в публічній сфері : метод. рек. для органів влади та недерж. орг-цій / – Харків : Золоті сторінки, 2017. – 148 с. ISBN 978-966-400-401-2
4. Кобеля-Звір М. Я. Основні підходи до визначення поняття гранту. Київський економічний науковий журнал. (9) 2023
5. Dana Beitey. The importance of grants in higher education. 2020
6. Qilong Zhang, Ning Kang, Ruth Barnes. A Systematic Literature Review of Funding for Higher Education Institutions in Developed Countries. Frontiers of Education in China 11(4):519-542. 1. 2016
7. Нагірська К. Грант-менеджмент: просто про складне. Навчально-практичний посібник з грантового менеджменту підготовлено в рамках реалізації проекту. К.: 2022
8. Грант: керівництво до дії: посібник / Ващук О., Торбас О., Лемещенко-Лагода В., Сімахова А., Мандич А. За заг. ред. Лемещенко-Лагода В., Сухих А.; Рада молодих учених при МОН. – Запоріжжя: ФОП Однорог Т.В., 2024 – 114 с.
9. Константюк Н. Теоретичні аспекти фінансової диверсифікації вищих навчальних закладів. ELARTU – Інституційний репозитарій ТНТУ імені Івана Пулюя. 2024
10. Horizon for Ukraine. EU Funding & Tenders Portal. 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/ua-opportunities>
11. Марченко О.В., Сушко Д.О. М 30 Методичні рекомендації щодо участі у грантових програмах та конкурсах/ Марченко О.В., Сушко Д.О. – Дніпро : ДДУВС, 2018. – 68 с.
12. <https://www.grantsense.com.ua/blogs/dlyakogo-budut-czikavi-granti-na-osvitu>

References:

1. V. Usyk. Peculiarities of higher education financing. 2 (203) Economics. Bulletin of T. G. Shevchenko National University 2019

2. Law of Ukraine «On Amendments to Certain Laws of Ukraine for the Purpose of Supporting Scientific and Scientific–Technical Activities» dated December 1, 1998 No. 285–XIV [2]. Document 3534–IX, valid, current version – Adoption dated 12/21/2023. (Information of the Verkhovna Rada (VVR), 2024, No. 3, Article 21)

3. V. Belyavtseva, A. Hnatenko, O. Zinchenko and others.; in general ed. O. Kulnich. Basics of grantwriting and project management in the public sphere: method. rec. for authorities and non–state authorities. organization / – Kharkiv: Golden Pages, 2017. – 148 p. ISBN 978–966–400–401–2

4. Kobelya–Zvir M. Ya. Basic approaches to defining the concept of a grant. Kyiv Economic Scientific Journal. (9) 2023

5. Dana Beitey. The importance of grants in higher education. 2020

6. Qilong Zhang, Ning Kang, Ruth Barnes. A Systematic Literature Review of Funding for Higher Education Institutions in Developed Countries. Frontiers of Education in China 11(4):519–542. 1. 2016

7. Nahirska K. Grant management: simple about the complex. The educational and practical manual on grant management was prepared as part of the project implementation. K.: 2022

8. Grant: a guide to action: a manual / Vashchuk O., Torbas O., Lemeshchenko–Lahoda V., Simakhova A., Mandych A. For general ed. Lemeshchenko–Lagoda V.,

Sukhikh A.; The Council of Young Scientists at the MES. – Zaporizhzhia: FOP Odnorog T.V., 2024 – 114 p.

9. Konstantyuk N. Theoretical aspects of financial diversification of higher educational institutions. ELARTU – Institutional repository of Ivan Pulyuy TNTU. 2024

10. Horizon for Ukraine. EU Funding & Tenders Portal. 2024. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/ua-opportunities>

11. Marchenko O.V., Sushko D.O. М 30 Methodological recommendations for participation in grant programs and competitions/ Marchenko O.V., Sushko D.O. – Dnipro: DDUVS, 2018. – 68 p.

12. <https://www.grantsense.com.ua/blogs/dlyakogo-budut-czikavi-granti-na-osvitu>

Дані про автора

Золотаревський Андрій Вікторович,

доктор філософії в галузі економіки, викладач економіки, Київський механіко – технологічний фаховий коледж
ORCID 0009–0006–4960–1538
e-mail: 1zol@ukr.net

Data about the author

Andrii Zolotarevskyi,

PhD (Economics), economics teacher, Kyiv mechanical – technological professional college
ORCID 0009–0006–4960–1538
e-mail: 1zol@ukr.net

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764709>

ЗОРИНА О. А.

Теоретичні аспекти формування обліково–аналітичного механізму зовнішньоекономічної діяльності

Актуальність теми дослідження. В умовах активного впровадження цифрових технологій, які сприяють стиранню міжнародних кордонів, стратегічний розвиток суб'єктів господарювання спрямований на інтеграцію у світовий економічний простір, що відповідно супроводжується розширенням торгового партнерства та створює можливості для ведення зовнішньоекономічної діяльності.

Очевидно, що глобальна економіка має низку незаперечних переваг, але водночас їй притаманні досить комплексні проблеми. Міжнародна торгівля передбачає закупівлю фінансових інструментів та матеріалів, знання міжнародних правил торгівлі та юридичних аспектів укладання угод, координацію заробітної плати та пільг співробітників, професійну підготовку, обмін інформацією та даними, а також багато інших питань. З урахуванням вищевикладеного, одним із аспектів, який найбільше хвилює учасників зовнішньоекономічної діяльності, окрім безпосередньо оцінки ефективності самого бізнесу, є бухгалтерський облік, або те, як компанії відстежують усі фінансові питання, транзакції та операції через кордони. В той же час в обліку таких операцій є недоліки, які негативно впливають на якість і ефективність обліково–контрольних процесів, що обумовлює актуальність і практичну значимість даної статті.

Метою дослідження є: аналіз обліково–аналітичного забезпечення зовнішньоекономічної діяльності та формування пропозицій щодо його вдосконалення.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження виступають загально філософські та загальнонаукові методи пізнання явищ і процесів у системі бухгалтерського обліку та економічного аналізу. Використання історичного та логічного методів пізнання дозволило дослідити особливості розвитку властивостей зовнішньоекономічної діяльності як об'єкту бухгалтерського обліку та економічного аналізу. Методи теоретичного узагальнення, групування, аналогії та аналізу і синтезу було застосовано при дослідженні складових зовнішньоекономічної діяльності та ідентифікації їх властивостей для цілей облікового відображення та аналізу.

Результати дослідження. В статті розкрито сутність обліково–аналітичного механізму зовнішньоекономічної діяльності та надано пропозиції щодо його організації на підприємстві.

Галузь застосування результатів. В галузі економічних наук та в практичній діяльності підприємств, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю.

Висновки за статтю. Розглянуто сутність обліково–аналітичного механізму зовнішньоекономічної діяльності та визначено основні напрямки його розвитку: підвищення аналітичних можливостей вихідної інформації для внутрішніх користувачів; створення сприятливих умов для розширення зовнішньоекономічної діяльності шляхом надання даних, максимально зрозумілих закордонним партнерам – транснаціональної звітності; досягнення можливості зіставлення показників фінансово–господарської діяльності підприємства з показниками аналогічних підприємств за кордоном і всередині країни.

Ключові слова: облік, аналіз, обліково–аналітичний механізм, оподаткування, зовнішньоекономічна діяльність, міжнародні операції.

ZORINA E. A.

Theoretical aspects of the formation of the accounting and analytical mechanism foreign economic activity

Relevance of the research topic. In the context of the active implementation of digital technologies, which contribute to the erasure of international borders, the strategic development of business entities is aimed at integration into the global economic space, which is accordingly accompanied by the expansion of trade partnerships and creates opportunities for conducting foreign economic activities.

It is obvious that the global economy has a number of indisputable advantages, but at the same time it has rather complex problems. International trade involves the purchase of financial instruments and materials, knowledge of international trade rules and legal aspects of concluding agreements, coordination of wages and employee benefits, professional training, exchange of information and data, and many other issues. Taking into account the above, one of the aspects that most concerns participants in foreign economic activity, apart from directly assessing the efficiency of the business itself, is accounting, or how companies track all financial matters, transactions and operations across borders. At the same time, there are shortcomings in the accounting of such operations that negatively affect the quality and efficiency of accounting and control processes, which determines the relevance and practical significance of this article.

The purpose of the study is: analysis of accounting and analytical support of foreign economic activity and formation of proposals for its improvement.

Research methods. The methodological basis of the research is generally philosophical and general scientific methods of learning phenomena and processes in the system of accounting and economic analysis. The use of historical and logical methods of knowledge made it possible to investigate the peculiarities of the development of the properties of foreign economic activity as an object of accounting and economic analysis. The methods of theoretical generalization, grouping, analogy and analysis and synthesis were applied in the study of the components of foreign economic activity and identification of their properties for the purposes of accounting display and analysis.

Research results. *The article reveals the essence of the accounting and analytical mechanism of foreign economic activity and provides suggestions regarding its organization at the enterprise.*

Field of application of results. *In the field of economic sciences and in the practical activities of enterprises engaged in foreign economic activity.*

Conclusions according to the article. *The essence of the accounting and analytical mechanism of foreign economic activity was considered and the main directions of its development were determined: increasing the analytical capabilities of source information for internal users; creating favorable conditions for the expansion of foreign economic activity by providing data that is as understandable as possible to foreign partners – transnational reporting; achieving the possibility of comparing the indicators of the financial and economic activity of the enterprise with the indicators of similar enterprises abroad and within the country.*

Key words: *analysis, accounting and analytical mechanism, taxation, foreign economic activity, international operations.*

Постановка проблеми. Кінець двадцятого століття ознаменував не лише перехід з одного тисячоліття в інше, а й перехід у нову еру економіки – постіндустріальне господарство. З погляду теорії економічного розвитку його однією з відмінних рис є те, що зростаючий інформаційний фонд стає головною джерелом суспільного багатства. В економічно розвинених країнах основна проблема розширення виробництва – не нестача капіталу, а нестача інформації, необхідної для використання капіталу з найбільшим успіхом. Більше того, здатність створювати, накопичувати та застосовувати інформацію виявляється в кінцевому підсумку найважливішим елементом конкурентоспроможності підприємства.

Перехід України до ринкової економіки викликав різкий стрибок значення інформаційного забезпечення господарської діяльності, що поставило нові цілі перед економічними науками, у тому числі перед обліково–аналітичними. На перший план висувається завдання максимального використання економічної інформації для ухвалення оптимальних управлінських рішень. Це завдання не може бути вирішене в рамках однієї прикладної економічної дисципліни, необхідна їй злагоджена взаємодія.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сфері зовнішньоекономічних операцій свої дослідження проводили Коблянська Г.Ю., Кабиткіна А.С., Парасоцька Н.Н., Ульянова Н.В., Беляков О.О., Жиглей І.В., Степаненко О.І., Лукашова І.О., Жидєєва Л.І., Рура О.В., Степаненко О.І., Лукашова І.О., Гуцаленко Л.В., Корягін М.В., Крутова А.С. та ін. Не применшуючи внесок науковців у розвиток теоретичних і організаційно–методичних положень обліку комісійних операцій, слід констатувати, що ряд

проблем залишилися поза увагою вчених. Зокрема, є потреба в трансформації системи принципів та завдань бухгалтерського обліку та економічного аналізу у відповідності із вимогами часу, а також розвитку організаційно–методологічних положень бухгалтерського обліку та економічного аналізу зовнішньоекономічних операцій.

Метою статті є: розробка теоретичних підходів та організаційно–методологічних положень щодо формування обліково–аналітичного механізму ЗЕД підприємств.

Виклад основного матеріалу. У нинішніх умовах господарювання слід вважати позитивним процес інтеграції наук, який знаходить своє відображення у формуванні обліково–аналітичного механізму. Одним із основних його завдань є отримання інформації, її обробка та прийняття на її основі тактичних та стратегічних рішень. Інформація є і основою для функціонування обліково–аналітичного механізму, і продуктом його діяльності. Головне навантаження щодо отримання економічних даних припадає на бухгалтерський облік, оскільки він завжди був і залишається основним “постачальником” економічної інформації про господарську діяльність підприємств.

Проте бухгалтерський облік неспроможний самотужки задовольнити потреби менеджменту в управлінні підприємством. Для підвищення ефективності прийнятих рішень, безумовно, необхідний взаємозв'язок бухгалтерського обліку з іншими економічними важелями: планування, аудит, аналіз, правове забезпечення. Взаємовплив цих елементів, на нашу думку, проявляється через обліково–аналітичний механізм, під яким слід розуміти сукупність функцій управління, що забезпечують збирання та обробку даних для от-

римання економічної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень та здійснення контролю за їх виконанням з метою досягнення найвищої ефективності виробництва.

В умовах пріоритету процесів світової інтеграції в глобальній економічній системі все більшого значення набуває обліково-аналітичний механізм зовнішньоекономічної діяльності підприємства, під яким слід розуміти сукупність функцій управління, що забезпечують збирання та обробку даних про зовнішньоекономічні виробничо-господарські операції, в частині отримання економічної інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень та здійснення контролю за їх виконанням з метою досягнення найвищої ефективності виробництва.

Характеризуючи місце обліково-аналітичного механізму у системі господарювання, можна сказати, що у структурі, побудованій за рівнем абстракції з погляду рівнів господарювання, обліково-аналітичний механізм, пронизуючи всі щаблі економіки, реалізується, головним чином, на мікрорівні. Його роль полягає в тому, що в рамках ОАМ відбувається узгодження господарської діяльності, яка визначається економічними інтересами суспільства, та економічної політики держави.

Дійсно, суб'єкту господарювання, що реалізує свої економічні інтереси, для управління об'єктом необхідна інформація не тільки про його стан та можливі резерви підвищення ефективності виробництва, а й про відповідність господарської діяльності правовим нормам, які визначаються економічними інтересами держави. Однією з найважливіших функцій ОАМ є контроль за реалізацією завдань господарської діяльності і за дотриманням законодавства. Кожна господарська операція здійснюється з урахуванням правових вимог. Партнерські відносини між суб'єктами господарювання також регламентуються законодавством. За допомогою фінансового обліку виконуються зобов'язання зі сплати податків та внесків у позабюджетні фонди. Використовуючи інформацію, одержувану за допомогою ОАМ, держава має можливість контролювати через податкові та статистичні органи виконання своєї економічної політики. Все це дає змогу визначити ОАМ як базовий елемент механізму господарювання на мікрорівні.

Змістом ОАМ є процес обробки інформації. Основний є сукупністю сумісних, генетично однорідних елементів. Генетична однорідність елементів

(їх загальна властивість) заснована на провідному елементі ОАМ – економічній інформації, яка виконує роль субстанції системи.

Модуль ОАМ представлено на рисунку, де показані всі чотири основні стадії його функціонування: введення, обробка, виведення та зворотний зв'язок.

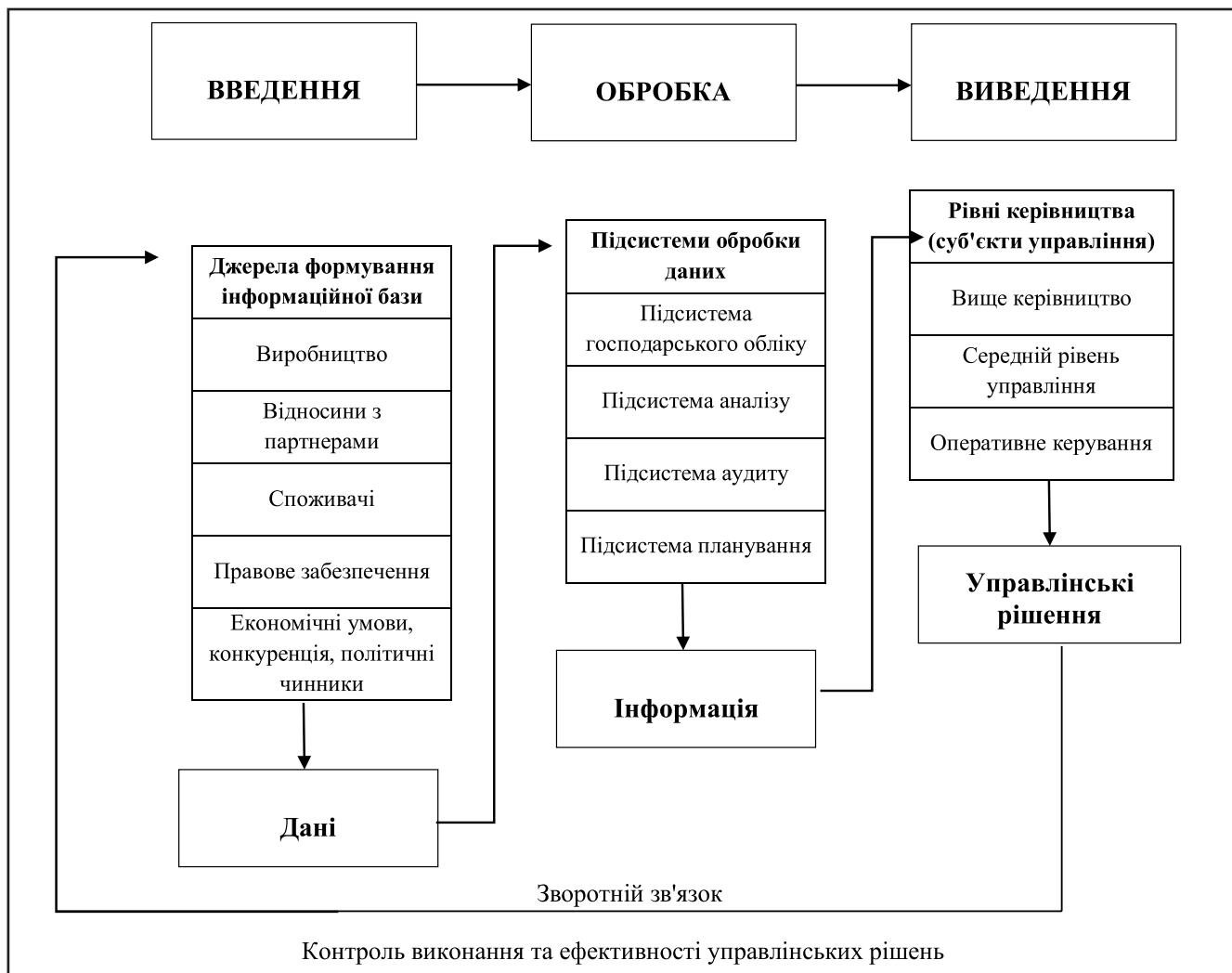
На стадії введення відбувається збирання та накопичення даних. Джерела їх виникнення для конкретних підприємств є різними, але є кілька загальних, характерних для більшості видів виробництва. На схемі представлено п'ять основних джерел інформаційної бази, проте можлива їх деталізація. При цьому необхідно підкреслити різницю між поняттями «дані» та «інформація». Дані становлять предмет і зміст ОАМ та визначаються як сировина для обробки, яка надходить до системи. Оброблені дані називають інформацією, яка надається у формі, доступній для користувачів.

Обробкою даних займається ціла низка підсистем, основними з яких є підсистеми бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту. Це споріднені прикладні науки. Вони ґрунтуються на єдиній інформаційній базі та в узагальненому вигляді мають єдиний предмет дослідження – господарські процеси підприємства. Специфічною формою управління є підсистема планування, яка базується на всіх вище перелічених елементах управління. Як поточне, так і стратегічне планування неможливо обґрунтувати без використання всього арсеналу аналітичних способів та прийомів.

На стадії виведення ми отримуємо інформацію, яка є основою для ухвалення управлінських рішень на всіх рівнях керівництва.

Найважливішим елементом будь-якої системи є зворотний зв'язок, контроль над усіма фазами процесу та за виконанням прийнятих рішень. В ОАМ функція контролю іманентна всім його робочим підсистемам. Для бухгалтерського обліку вона історично спричинила його виникнення. Як функція управління аналіз господарсько-фінансової діяльності тісно пов'язаний з плануванням, регулюванням та контролем. Аудит в першооснові є процесом перевірки і висловлювання думки про бухгалтерську звітність економічного суб'єкта. Через ОАМ проявляється ефективність ухвалених управлінських рішень.

Усі елементи ОАМ пов'язані між собою і взаємозумовлюють один одного. Розглядаючи структуру ОАМ, окрім організаційно-економічних форм господарювання можна виділити внутрішнє яд-



Модуль обліково-аналітичного механізму

ро, рушій, вихідний імпульс всього механізму та економіко-правові умови його дії. Як вихідний імпульс для функціонування обліково-аналітичного механізму (як і всього господарського механізму) виступають економічні інтереси суспільства, одним із проявів яких є бажання окремих власників зокрема та їх сукупності загалом встановити контроль над наявністю, рухом та ефективністю витрачання наявних ресурсів. Бажання це реалізується через певні організаційно-економічні форми, основними з яких, як ми вже зазначили, є господарський облік, аналіз, аудит та планування. Базовою підсистемою, безперечно, виступає господарський облік – основний постачальник інформації. На його основі функціонує підсистема аналізу, найважливіше завдання якої, на відміну від бухгалтерської підсистеми, – не реєстрація, а оцінка господарської діяльності. Перше стратегічне питання, яке з'ясовується під час аналізу: «Яке наше становище?»

На перший погляд, здається, що відповідь на це питання пов'язане лише зі збиранням великих даних, що стосуються всіх численних аспектів організації. Але в результаті можна отримати таку кількість документів, що з ними важко працювати. Завданням аналізу є виявлення найбільш істотних факторів:

- оцінка планових та фактичних показників;
- оцінка динаміки абсолютних та відносних показників фінансових результатів;
- визначення спрямованості та розміру впливу окремих факторів на собівартість, рівень рентабельності та суму прибутку;
- виявлення та оцінка можливих резервів зростання ефективності виробництва.

Вивчення складу та структури обліково-аналітичного механізму дозволяє розкрити його функції. Як основні ми виділяємо такі:

1. Інформаційна функція – підсистема забезпечення управління всією необхідною інформа-

цією, що розкривається на практиці, як збирання, обробка, угруповання та передача облікових даних за призначенням.

2. Функція прогнозного планування – підсистема, що створює основу для складання як поточних, так і перспективних бізнес-планів та сприяє проведенню результативного маркетингу та менеджменту в рамках конкретного господарського комплексу.

3. Аналітична функція – підсистема, що дозволяє виявити вплив окремих господарських операцій на формування прибутку, провести глибоку та всебічну оцінку результатів діяльності господарюючого суб'єкта, запобігти фінансовим ризикам.

4. Контрольна функція – підсистема забезпечення контролю за ходом виконання управлінських рішень; безпеки товарно-матеріальних цінностей у процесі їх руху; законності фінансово-господарських угод та дій посадових та матеріально відповідальних осіб.

Перелік вищеназаних функцій можна при бажанні доповнити, якщо поставити за мету у функціях виразити все різноманіття внутрішніх властивостей, якими наділений обліково-аналітичний механізм. Однак ці чотири функції, на наш погляд, відображають найбільш фундаментальні властивості системи.

Систематизуючи вищевикладене, можна зробити такі висновки:

- обліково-аналітичний механізм – самостійна система наукових знань про методи збирання, обробки, систематизації, уніфікації, оцінки та передачі економічної інформації різним користувачам;

- обліково-аналітичний механізм є відокремленою частиною господарського механізму, але тісно взаємодіє з усіма іншими елементами цієї системи;

- основу структури обліково-аналітичного механізму становить кібернетичний підхід: «вхід – процес – вихід», потім дія системи відновлюється на якісно новому витку;

- обліково-аналітичному механізму, як і будь-якій іншій системній освіті, притаманні певні специфічні властивості прояву його об'єктивної сутності на поверхні економічної дійсності, які наука визначає як функції системи.

Якщо розглядати обліково-аналітичний механізм ЗЕД з погляду формаційних умов його функціонування, то він має ту саму структуру, що й обліково-аналітичний механізм «загалом»: економічні інтереси, які спонукають до ведення ЗЕД, система її регулювання та обліково-аналі-

тичні підсистеми. Але в той же час у нього є ціла низка особливостей, які потребують ретельного дослідження, оскільки розуміння відмінних рис будь-якої сфери господарювання необхідне для виявлення її найбільш суттєвих проблем, пошуку шляхів їх вирішення та визначення напрямку розвитку даної області. Розглянемо докладніше відмінні риси обліково-аналітичного механізму ЗЕД.

По-перше, в основі необхідності ЗЕД, як і всієї господарської діяльності, лежать передусім економічні інтереси окремих суб'єктів господарювання. Але в даному сегменті економіки основною відмінною якістю таких інтересів є їхній міжнаціональний масштаб. На рівні підприємства розвиток зовнішньоекономічної діяльності дозволяє використовувати переваги міжнародного поділу праці через збільшення ступеня свободи у виборі найефективніших шляхів для вирішення таких важливих виробничих завдань:

- реалізація конкурентних переваг внаслідок виходу на зовнішній ринок;

- можливість досягнення оптимальних розмірів виробництва;

- зниження собівартості продукції шляхом заміни дорогих вітчизняних компонентів виробництва на більш дешеві імпортні, використання зарубіжних ліцензій та «ноу-хау», залучення дешевшої робочої сили з-за кордону, перенесення частини виробничого процесу у більш сприятливі закордонні умови тощо;

- отримання максимального прибутку від виробництва при вільному виборі напрямків та форм реалізації готової продукції;

- свобода у виборі виробничого партнера з кооперації, який найбільше відповідає економічним інтересам підприємства;

- можливість залучення інвестицій на найвигідніших умовах, створення спільних підприємств.

По-друге, відмінною рисою обліково-аналітичного механізму ЗЕД, характерною не лише для нашої країни, а й для всієї світової економіки, є значно складніша, порівняно із внутрішньою сферою господарювання, система регулювання. Збільшення ступеня складності пов'язані з тим, що регулювання зовнішньоекономічної діяльності максимально залежить від світових економічних процесів. Тому до системи регулювання ЗЕД, крім основоположних елементів – державне та недержавне регулювання, канали регулювання, рівні суб'єктів регулювання та методи регулюван-

ня – входять такі специфічні складові, як міжна-родне право, митно–тарифна політика, державна політика економічної безпеки країни та ін.

По–третє, дослідження обліково–аналітичного забезпечення ЗЕД дозволяє виділити як загальні особливості, характерні для всієї системи, так і специфічні особливості бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту. Перші формуються в основному під впливом відмінностей України від інших країн та процесу переходу нашої країни до ринкової економіки. Другі – пов’язані зі специфікою ЗЕД стосовно внутрішньогосподарської діяльності.

Серед особливостей, пов’язаних з відмінностями України від інших країн, слід насамперед відзначити військовий стан в країні, який триває уже понад 2 роки. Значна частина України наразі перебуває в окупації, що не може не відобразитися на здійсненні ЗЕД.

Ще однією особливістю функціонування обліково–аналітичного механізму ЗЕД є жорсткий валютно–фінансовий контроль. Висока криміналізація вітчизняної економіки взагалі і особливо її зовнішньоекономічного сектора, нестабільність внутрішнього ринку, перманентна інфляція спричиняють масовий відтік капіталу за кордон. Внаслідок цього держава для захисту національної економічної безпеки змушена постійно посилювати заходи валютного контролю.

Специфічність умов ведення ЗЕД накладає відбиток і на окремі підсистеми її обліково–аналітичного механізму: бухгалтерський облік, аналіз та аудит. Моніторинг економічних видань показує, що основними відмінними рисами бухгалтерського обліку ЗЕД вважаються паралельний облік у гривні та валюті, особливий план субрахунків та наявність такого об’єкта обліку, як курсова різниця.

Наведені вище особливості традиційні для обліку ЗЕД і досить широко висвітлені в економічній літературі. Але розширення кола інтересів підприємств у зовнішньоекономічній діяльності підвищує вимоги до інформації, що надається бухгалтерським обліком. Так, при створенні дочірніх фірм за кордоном виникає потреба консолідації звітності. У цьому необхідно враховувати як відмінності правил обліку країни ведення зарубіжної діяльності, так і функціональну валюту (валюта основного економічного середовища суб’єкта господарювання, у якому він здійснює свою діяльність). При її перерахунку в гривні виникати–

муть курсові різниці, які мають відповідно до МС–БО 21 особливий порядок обліку.

В останні роки українські підприємства все частіше стали стикатися з необхідністю подання звітності, складеної за МСФЗ. Вважаємо, що спонукальні мотиви до трансформації фінансової звітності відповідно до МСФЗ так чи інакше пов’язані з окремими сторонами ЗЕД. Працюючи на внутрішньому ринку, для підприємства такої необхідності зазвичай немає. Отже, складання звітності за міжнародними стандартами є прерогативою саме обліково–аналітичного механізму ЗЕД.

Стрімкий розвиток ЗЕД пред’являє нові вимоги як до бухгалтерського обліку, так і до аналізу діяльності підприємства у цій сфері. Серед його відмінних рис як основних можна назвати такі. Під час проведення аналізу ЗЕД виникає проблема вибору інформаційної бази до розрахунку показників оборотності оборотного капіталу. Дані періодичної бухгалтерської звітності найчастіше не можуть бути безпосереднім джерелом для такого аналізу, оскільки початок та кінець виконання зовнішньоторговельного контракту не збігаються ні з календарним, ні з податковим періодом. Така особливість аналізу ЗЕД викликає необхідність широкого впровадження управлінського обліку.

Ще одна особливість аналізу ЗЕД полягає в тому, що при здійсненні зовнішньоторговельних операцій необхідно враховувати так звану альтернативну вартість грошей. Під нею розуміється рівень прибутковості будь–яких інших проєктів, що відповідають розглянутому рівню ризиків. Складність такого аналізу полягає в необхідності враховувати тенденції зміни курсу валют стосовно гривні.

Висновки

Таким чином, виходячи з вище перелічених особливих рис обліково–аналітичного механізму ЗЕД, можна зробити висновок, що його розвиток має йти за такими основними напрямками: підвищення аналітичних можливостей вихідної інформації для внутрішніх користувачів; створення сприятливих умов для розширення ЗЕД шляхом надання даних, максимально зрозумілих закордонним партнерам – транснаціональної звітності; досягнення можливості зіставлення показників фінансово–господарської діяльності підприємства з показниками аналогічних підприємств за кордоном і всередині країни.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» № 959–XII: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

2. Гуцаленко Л.В., Марчук У.О. Облік операцій ЗЕД – активізація управління стратегічним розвитком України. Ефективна економіка. 2018. Випуск 6. С.56–62. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/9.pdf

3. Гордолопов В.Ю. Оцінка стану організації та методики зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Бізнес–інформ. 2018. Випуск 2. С.215–223. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_2_32

References:

1. Zakon Ukrainy "O vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti" № 959–XII: [Elektronnyy resurs]. – Rezhim dostupa: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

2. Gutselenko L.V., Marchuk V.O. Uchet operatsiy VED – aktivizatsiya upravleniya strategicheskim razvitiy-

em Ukrainy. Effektivnaya ekonomika. 2018. Vypusk 6. S.56–62. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2018/9.pdf

3. Gordopolov V.YU. Otsenka sostoyaniya organizatsii i metodiki vneshneekonomicheskoy deyatel'nosti kompaniy. Biznes–inform. 2018. Vypusk 2. S.215–223. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_2_32

Дані про автора

Зоріна Олена Анатоліївна,

д.е.н.; професор кафедри обліку, аудиту та оподаткування, Національна академія статистики, обліку та аудиту

e-mail: alena07080978@gmail.com

Data about author

Elena Zorina,

Doctor of Economics, Professor Department of Accounting, Audit and Taxation

National Academy of Statistics, Accounting and Audit

e-mail: alena07080978@gmail.com

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

УДК 352.07

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13764717>

СЕМЕНЕНКО О. Г.

КУЧЕРЕНКО С. Ю.

Формування стратегії розвитку об'єднаної територіальної громади в сучасних умовах

Предмет дослідження. Стаття присвячена проблемам розробки, реалізації та корегування стратегій розвитку об'єднаних територіальних громад України в умовах воєнного стану.

Мета дослідження. Обґрунтування теоретичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо формування та корегування стратегій розвитку територіальних громад в умовах війни.

Методи дослідження. Аналіз даних з відкритих джерел, метод узагальнення даних, експертне опитування.

Результати дослідження. Обґрунтовано зміни та підходи до стратегічного планування розвитку об'єднаних територіальних громад України в умовах воєнного стану, розглянуто ризики та методи вирішення найбільш гострих питань, пов'язаних з плануванням та стратегічним баченням майбутнього громад.

Висновки. Відповідно до умов воєнного часу та перспектив повоєнного відновлення громади опинилися перед значними соціальними та економічними викликами. Але бачення майбутнього розвитку та відновлення є стратегічною можливістю громад налагодити життя після війни і в сучасних умовах. Відповідно, стратегічні цілі розвитку українських громад вимагають коригування. Для цього потрібно оптимально оцінити поточний стан, ризики і мати банк ідей, проєктів, що можуть стабілізувати соціальні та фінансові здобутки громад.

Ключові слова: стратегії розвитку, об'єднана територіальна громада, стратегічний план, ризики, корегування цілей, місцеве самоврядування.

SEMENENKO O. G.

KUCHERENKO S. Yu.

Formation of the development strategy of the united territorial community in modern conditions

The subject of research. The article is devoted to the problems of developing, implementing and adjusting the development strategies of the united territorial communities of Ukraine under martial law.

The purpose of the study. Substantiation of theoretical provisions and development of practical

recommendations for the formation and adjustment of strategies for the development of territorial communities in times of war.

Research methods. *Analysis of data from open sources, data generalization method, expert survey.*

Results of the study. *The changes and approaches to strategic planning of the development of united territorial communities of Ukraine under martial law are substantiated, the risks and methods of solving the most pressing issues related to planning and strategic vision of the future of communities are considered.*

Conclusions. *In accordance with the conditions of wartime and the prospects for post-war recovery, communities have faced significant social and economic challenges. However, the vision of future development and recovery is a strategic opportunity for communities to rebuild their lives after the war and in the current environment. Accordingly, the Strategic Development Goals for Ukrainian communities need to be adjusted. To do this, it is necessary to optimally assess the current state and risks and to have a bank of ideas and projects that can stabilize the social and financial achievements of communities.*

Keywords: *development strategies, amalgamated territorial community, strategic plan, risks, goal adjustment, local self-government.*

Постановка проблеми. Територіальні громади України в умовах децентралізації, як базові структури адміністративного управління в останні роки, стають все більш впливовими інституціями з точки зору вдосконалення адміністративно-територіальної організації влади та поліпшення рівня задоволення потреб населення. За роки війни вплив цих інституцій на економічне та соціальне становище територій суттєво збільшився, як для громад що потрапили у зони ризику, так і для тих, що знаходяться в тилу. Маючи різні можливості усі громади країни повинні продовжувати налагоджувати своє життя, пристосовуючись до викликів сьогодення та планувати своє майбутнє і розвиток, як плацдарм для оптимального для відновлення мірного життя. Тому наукові дослідження особливостей стратегічного планування розвитку об'єднань територіальних громад, в умовах військового стану стає підґрунтям підвищення ефективності роботи органів самоврядування, покращення рівня соціальних та адміністративних послуг, фінансової безпеки територій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретико-методологічними засадам формування стратегій розвитку територіальних громад присвячені праці Г. Васильченко, І. Парасюк, Н. Єременко [2], П. Саєнко [9], А. Ткачук [10], та інших. Організаційними механізмами формування стратегій розвитку займалися І. Писаревський, О. Євдокімов [3]. Окремі питання, що до зміни оперативних цілей та методів управління територіями в умовах воєнного стану розглянуто в працях В. Борщевського, О. Василиці, Є. Матвеева [1], Л. Шум [8]. Відповідні міністерства і відомства

після початку війни розробили документи та розпорядження, що методично підготовлюють органи місцевого самоврядування до корегування та розробки стратегій розвитку територіальних громад в умовах воєнного стану. Але проблеми розробки практичних та методологічних рекомендацій формування стратегій розвитку об'єднаних територіальних громад в сучасний та повоєнний періоди залишається актуальним напрямом досліджень, так як немає досвіду та практики у вирішенні цих завдань в цілому.

Метою статті є обґрунтування теоретичних положень і розробка практичних рекомендацій щодо формування та корегування стратегій розвитку територіальних громад в умовах війни, визначення основних факторів впливу, векторів стратегічного розвитку та механізмів реалізації обраних стратегій.

Виклад основного матеріалу. Об'єднана територіальна громада (ОТГ) – це добровільне об'єднання адміністративно-територіальних одиниць на рівні сіл, селищ і міст з метою забезпечення ефективного та прозорого управління територією. Об'єднання проводиться з метою покращення якості та доступності послуг, розвитку території, сприяння соціальному та економічному зростанню.

Головною метою такої організації територіальних громад є налагодження ефективного управління, сприяння соціально-економічному розвитку і забезпеченню гармонійного розподілу ресурсів між населеними пунктами. Стратегічний розвиток територій лежить в основі впровадження адміністративної реформи в Україні як основа довгострокового планування забезпечення со-

СОЦІАЛЬНО–ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

ціально–економічних стандартів рівня життя населення [3].

Аналізуючи динаміку організації територіальних громад в Україні до 2022 року можна зазначити що темп зростання їх кількості достатньо вагомий на рівні 35% щорічно. В умовах війни кількість громад суттєво не збільшилася, при цьому 329 громад розташовані у районах проведення воєнних (бойових) дій, або тих, які перебувають у тимчасовій окупації. Досі не завершено процес реорганізації 35% районних рад ліквідованих районів, розташованих на підконтрольній станом на 24.02.2022 території [6].

Але адміністративна реформа в розрізі організації об'єднань на території країни розвиваєть-

ся достатніми темпами не зважаючи на війну та економічну кризу. В основі планування стратегій розвитку лежать низька документів затверджених на законодавчому рівні (Закон України «Про засади державної регіональної політики» від 2022, Закону «Про засади державної регіональної політики»), методичні рекомендації, щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації, проведення монітори [7]. Документи розроблені громадою та затверджені органами місцевого самоврядування містять стратегічні, оперативні цілі та завдання розвитку громади, проектні та фінансові плани на 3–4 роки.

Одним з індикаторів оптимального управління та інтегральною оцінкою ефективності діяль-

Таблиця 1. Динаміка кількості ОТГ та кількості затверджених стратегій розвитку громад за 2022–2024 (1 п.в) р.

Регіони	2018	2024	Темп приросту 2024 до 2028, %	Кількість прийнятих стратегічних планів	Частка до загальної кількості, %	Кількість громад, що скористалася міжмуниципальним співробітництвом	Частка до загальної кількості, %	Частка власних доходів, % у загальних
	кількість ОТГ							
Вінницька	42	63	50	60	95	25	40	73
Волинська	51	54	6	25	46	36	67	66
Дніпропетровська	63	86	37	54	63	70	81	84
Донецька	16	66	313	29	44	6	9	62
Житомирська	56	66	18	3	5	22	33	75
Закарпатська	6	64	967	15	23	25	39	62
Запорізька	52	67	29	26	39	18	27	63
Івано–Франківська	30	62	107	46	74	62	100	65
Київська	17	69	306	28	41	20	29	79
Кіровоградська	21	49	133	25	51	14	29	74
Луганська	22	37	68	16	43	2	5	30
Львівська	40	73	83	54	74	44	60	79
Миколаївська	41	52	27	38	73	24	46	74
Одеська	31	91	194	50	55	32	35	76
Полтавська	46	60	30	48	80	60	100	81
Рівненська	34	64	88	30	47	64	100	65
Сумська	34	51	50	29	57	19	37	75
Тернопільська	49	55	12	29	53	12	22	66
Харківська	17	56	229	24	43	31	55	72
Херсонська	31	49	58	19	39	16	33	39
Хмельницька	45	60	33	19	32	25	42	73
Черкаська	55	66	20	43	65	14	21	77
Чернівецька	33	52	58	34	65	25	48	60
Чернігівська	44	57	30	33	58	40	70	76
Усього	876	1470	68	777	53	714	49	75

Джерело [6]

ності територіальної громади є наявність плану розвитку громади у майбутньому, що узагальнює стратегічний план розвитку громади. Це довгострокова програма, що складається зі стратегії розвитку та плану його реалізації.

Стратегічний план розвитку відрізняється від звичайного плану перш за все баченням мешканців громади бажаного стану своєї території в майбутньому, що враховує інтереси більшості і по-друге може корегуватися, відповідно до запитів та змін. Але ще всі громади розробили відповідні плани. Аналіз динаміки рівня охоплення стратегічним плануванням територій, рівнем співробітництва та фінансової незалежності демонструє досягнення адміністративної реформи (табл. 1).

Серед лідерів за кількістю затверджених стратегій розвитку громад: Вінницька (95%), Полтавська (80%), Івано–Франківська (74%), Львівська (74%) та Миколаївська (73%) області. Водночас найбільша кількість проектів стратегій розробляються у Закарпатській (77%), Київській (59%), Харківській (55%), Запорізькій (54%), Рівненській (53%), Кіровоградській (49%), Хмельницькій (47%) та Тернопільській (40%) областях. Найбільші досягнення у співробітництві з іншими громадами мають Дніпропетровська, Полтавська, Рівненська, Івано–Франківська області. Найбільшу частку власних доходів у загальних (більше 70%) мають ОТГ – 14 областей з 24. Тобто 60% регіонів є фінансово–незалежними. Найбільш низькі досягнення по даних показниках розвитку має Херсонська, Житомирська, Луганська області.

Найменша кількість прийнятих стратегій розвитку станом на 1.03.2024 року у Житомирській (5%) та Закарпатській (23%) регіонах. За показником міжрегіонального співробітництва найгірші результати спостерігаються в Донецькій (9%), Луганській (5%), Черкаській (21%), Тернопільській (22%) областях. Найбільш дотаційними громадами в Україні є громади Луганської та Херсонської областей.

Отже процес стратегічного планування розвитку територіальних громад в Україні неоднорідний і зовнішні умови суттєво впливають на нього, вимагаючи дій, що сприяють коригуванню планів соціально–економічного розвитку територій, не зважаючи на втрати та виклики.

Алгоритм корегування стратегічних та оперативних планів не відрізняється від методології стратегічного планування, яку громади вже опанували. Єдина відмінність це зміна механізму планування,

що заснований на територіально–орієнтованому, результативно–орієнтованому, інноваційно–орієнтованому підходах та мінімізуючих ризики.

Це стосується не тільки громад та територій що постраждали внаслідок збройної агресії проти України [4] і тих що було віднесено до території відновлення, регіональних полюсів зростання, територій з особливими умовами для розвитку та територій сталого розвитку.

Головним факторами зміни стратегічного плану громад є ризики і наслідки, що з'явилися в кожній громаді, незалежно від її територіальної класифікації. До таких ризиків відносять:

Соціальні ризики (зміна демографічної ситуації в громади, рух робочої сили, наявність нових категорій незахищених верст населення, в тому числі і ветеранів).

Економічні ризики (збільшення навантаження на бюджет, зменшення фінансової підтримки держави, скорочення доходів бюджету, вплив інфляції та економічної кризи).

Ризики порушення безпеки (енергетичної, продовольчої, екологічної, інформаційної, фінансової).

Політичні ризики (корупція, боротьба за владу, протиріччя між запитом та викликами в середині ОТГ та ззовні).

Розглянемо окремі позиції стратегічного плану, що з'явилися в наслідок війни. По–перше, це розміщення, релокація та захист військових об'єктів та інфраструктури. По–друге захист підприємств та установ, що знаходяться на території громад, їх релокація. По–третє, це соціальна–економічна адаптація внутрішньо переміщених осіб. Четверте, це створення інфраструктури захисту населення внаслідок втрат. П'яте, захист громадян, через зниження рівня їх доходів, вирівнювання тиску з боку ТЦ та установ регіонального та державного рівня, що мають досягнути своїх цілей, захист від інформаційній атак та пропаганди ворога.

Для того щоб вирішити ці питання необхідно мати чіткий план дій, що забезпечує реалізацію вище перелічених цілей. При цьому не потрібно нехтувати стратегічними цілями та завданнями, що були прийняті довоєнний період.

Найбільш проблемним питанням для реалізації додаткового навантаження діяльності громад стало фінансування нових заходів та програм. Так, частково вони можуть бути забезпечені державою але розраховувати на підтримку тільки державних виконавчих структур не варто. Ос–

СОЦІАЛЬНО–ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

новним джерелом фінансового забезпечення залишаються фінанси самої громади або фінансова підтримка недержавних інституцій.

Для вирішення фінансових питань науковцям та експертами пропонується ряд заходів та програм, наприклад [8]:

Структурна модель формування стратегії розвитку ОТГ в умовах війни			
Мета	Принципи	Підходи	Методи
Підвищення рівня безпеки та фінансової незалежності, соціальної захищеності на основі результативного підходу	Системності Цілеспрямованості Оптимальності Раціональності Результативності	Територіально-орієнтований, безпековий, програмно-цільовий	Діагностики, оцінки, планування, прогнозування, аналізу та синтезу
Цикл стратегічного планування			
Етап	Виконавці	Джерела/Методи	Результат
1. Аналіз стану ОТГ (соціально-економічний та SWOT)	Робоча група, підрозділи виконавчої влади, експерти, консультанти	Статистика ОТГ, ДСУ, закони, постанови, програми, кадастрові дані, тощо / методи стратегічного аналізу	Характеристика ресурсного потенціалу, проблем, тенденцій, сильних та слабких сторін
2. Планування (аналітичне планування за сценаріями, стратегічні цілі, оперативні (корегування на основі попередніх цілей, визначення методів реалізації)	Робоча група, фокус-групи селищна (міська) рада, населення ОТГ	Результати аналізу, положення регіональної та Державної Стратегій, методичні рекомендації / Методи аналітичного та стратегічного планування	Визначається інерційний та альтернативні сценарії розвитку, формується стратегічне бачення, стратегічні та операційні цілі, показники
3. Впровадження – затвердження планів, формування бюджету, реалізація проектів та заходів, моніторинг та коригування	Виконавчий комітет міської, селищної, сільської ради, головні розпорядники коштів, структурні підрозділи, робоча група	Проекти регіонального розвитку, місцеві чинні проекти / методи проектів, фінансового аналізу	Розроблення і затвердження плану заходів, формування бюджету, реалізація місцевих програм розвитку, моніторинг досягнення цілей
4. Оцінювання – оцінка результатів, звіт та прогноз	Виконавці стратегії та незалежні оцінювачі (експерти)	Облік, збір, аналіз інформації динаміка та структурних змін / методи математичної статистики, фінансового аналізу, економічного оцінювання	Визначається результати впливу реалізації стратегії на розвиток територіальних громад, та врахування їх у наступному плані
5. Корегування цілей та стратегій залежно від типу регіону (наслідків війни)	Виконавчий комітет міської, селищної, сільської ради, діючі військові адміністрації, волонтерський рух, нові цільові групи	Збір даних, експертне оцінювання, новий SWOT аналіз / методи стратегічного аналізу, аналітичного планування	Оцінка ризиків та наслідків війни для громади, врахування нових викликів, збереження або відновлення потенціалу в умовах обмеження ресурсів

Рисунк 1. Структурна модель формування стратегій розвитку ОТГ

Розроблено авторами на основі [5]

- скорочення видатків;
- пошук грантів та кредитів від міжнародних партнерів;
- застосовування агломерації з іншими територіальними громадами (міжмуніципальне співробітництво), в тому числі і закордонними партнерами (створення спільних рекреаційних зон, спільних індустріальних парків тощо);
- створення нових робочих місць та підтримка місцевого бізнесу (відкриття фондів підтримки, впровадження лізингу, тощо);
- співпраця з соціально відповідальним бізнесом;
- розширення надання платних послуг комунальними установами в громадах (організація масових заходів, семінарів, тренінгів, клубів);
- використання креативної індустрії (ремесла, культурна спадщина, мистецтво, туризм), тощо.

Не менш важливим завданням в процесі формування та редагування стратегій розвитку громади в сучасному періоді є процес реорганізації системи управління розвитком. Ця система передбачає наявність органів управління, методологій, інформаційної бази та організації контролю за виконанням прийнятих рішень щодо стратегії розвитку об'єднаної територіальної громади. Необхідно враховувати дії військової адміністрації, їх цілі, що можуть не співпадати з цілями громади. Отже коригування стратегій, планів та заходів, враховуючи вище описані фактори є обґрунтованою необхідністю існування громади сьогодні та в майбутньому.

На основі проведеного дослідження ми пропонуємо структурну модель формування стратегії розвитку територіальної громади в умовах воєнного часу. Вона за структурою та алгоритмом відповідає стандартам [5, 7] лише з додатковим пунктом «Корегування цілей та стратегій залежно від типу регіону (наслідків війни)». Цей пункт частково повторює попередні етапи стратегічного планування. Але має свої відмінності.

Збір інформації ускладняється, тому данні можуть бути не зовсім точні. Оцінка стану буде краще заниженою, ніж оптимістичною, тому, що може враховувати відповідні ризики. Потрібно враховувати цілі інших груп та структур, крім громади (внутрішньо переміщених осіб, військових адміністрацій, тощо). Для пошуку ресурсів потрібно застосовувати нові механізми співпраці з іноземними програмами та фондами, інвесторами на засадах взаємовигідного співробітництва, а не тільки як постраждалі. Для цього треба оці-

нити власні можливості в бізнесі, культурі, послугах, тощо. Також перспективним є збільшення проектів співробітництва з іншими громадами для оптимального використання ресурсів, забезпечення безпеки та стійкості.

Висновок

Об'єднана територіальна громада (ОТГ) як добровільне об'єднання на рівні сіл, селищ і міст в час війни є основною забезпечення ефективного та прозорого управління територією. Не зважаючи на виклики сьогодення соціально–економічний розвиток територіальної громади залишається пріоритетним напрямом діяльності органів самоврядування, та членів громади, що бачать перспективи повоєнного життя в Україні. Тому коригування стратегічного плану розвитку ОТГ вимагає від органів місцевого самоврядування пошуку нових підходів та засобів вирішення проблем. При цьому основними питаннями в процесі формування (корегування) стратегії розвитку та її складових залишаються питання: оцінки ризиків, фінансування нових проектів та програм і необхідність зберегти та поповнити бюджет без дотаційних надходжень. Такий підхід дозволяє зменшити втрати та оптимізувати оновлення стану громад та бачити майбутнє об'єднаної територіальної громади повоєнний період.

Список використаних джерел:

1. Борщевський В. В., Василиця О. Б., Матвеев Є. Е. Публічне управління в умовах воєнного стану: інституційні трансформації, стратегічне планування та механізми розвитку. Держава та регіони. 2022. № 2 (76). С. 30–35. URL: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/2_2022/5.pdf
2. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н. Планування розвитку територіальних громад. Навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. Асоціація міст України. К., ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. URL: <https://auc.org.ua/sites/default/files/library/1plangrweb.pdf/> (дата звернення: 07.06.2024).
3. Євдокімов О. В. Організаційне забезпечення функціонування та розвитку територіальної громади. Ефективна економіка. 2018. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6425> (дата звернення: 11.06.2024).
4. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо засад державної ре-

гіональної політики та політики відновлення регіонів і територій» від 09.07.2002 № 2389–IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389>–

5. Методичні рекомендації щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/file/text/113/f533596n11.pdf>

6. Моніторинг реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади. Аналітична доповідь. URL: https://mtu.gov.ua/files/O._%D0%9C%D0%9E%D0%9D%D0%86%D0%A2%D0%9E%D0%A0%D0%98%D0%9D%D0%93_%D0%86_%D0%BA%D0%B2_2024_%D1%80_.pdf

7. Наказ Міністерства розвитку громад та територій України «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації, проведення моніторингу та оцінювання реалізації стратегій розвитку територіальних громад» від 21.12.2022 №265. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0265914-22#Text>

8. Пошук додаткових ресурсів для громадських організацій та відновлення громад розвитку. Укладач Люсьєна Шум. URL: <https://ants.org.ua/wp-content/uploads/2024/01/resursyO3.pdf>

9. Саєнко П. О. Теоретичні засади формування стратегії розвитку об'єднаної територіальної громади. Економіка і суспільство. МДУ. 2016. Вип. 7. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/100.pdf

10. Ткачук А. Від перспективного плану до стратегії розвитку громади. «Бібліотека місцевого самоврядування». 2018. URL: <https://www.csi.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/Vid-perspektyvnogo-planu-do-strategiyi-rozvytku-gromad.pdf>

References:

1. Borshchevskiy, V. V., Vasylytsia, O. B. and Matvieiev Ye. E. (2022), «Public management under martial law: institutional transformations, strategic planning and development mechanisms». *Derzhava ta rehiony*, No 2 (76). pp. 30–35, available at: http://pa.stateandregions.zp.ua/archive/2_2022/5.pdf [in Ukrainian].

2. Vasylychenko, H., Parasiuk, I. and Yeremenko, N. (2015). *Planuvannya rozvytku terytorialnykh hromad*. [Planning the development of territorial communities]. *Navchalnyi posibnyk dlia posadovykh osib mistsevoho samovriaduvannya. Asotsiatsiia mist Ukrainy. K., TOV «PIDPRYIEMSTVO «VI EN EI»*, available at: <https://auc.org.ua/sites/default/files/library/1plangrweb.pdf> [Accessed 7 June 2024] [in Ukrainian].

3. Ievdokimov, Oleksandr (2018). «Organizational prevention of the function and development of municipality», *Efektivna ekonomika*, [Online], mol. 6, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6425> (Accessed 11 Jun 2024) [in Ukrainian].

4. Zakon Ukrainy «Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo zasad derzhavnoi rehionalnoi polityky ta polityky vidnovlennia rehioniv i terytorii» [The Law of Ukraine 'On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on the Principles of State Regional Policy and the Policy of Restoration of Regions and Territories'] від 09.07.2002 № 2389–IX, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2389>– [in Ukrainian].

5. *Metodychni rekomendatsii shchodo poriadku rozroblennia, zatverdzhennia, realizatsii, provedennia monitorynhu ta otsiniuvannia realizatsii stratehii rozvytku terytorialnykh hromad* [Methodological Recommendations on the Procedure for the Development, Approval, Implementation, Monitoring and Evaluation of Territorial Community Development Strategies], available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/file/text/113/f533596n11.pdf> [in Ukrainian].

6. *Monitorynh reformy mistsevoho samovriaduvannya ta terytorialnoi orhanizatsii vladly* [Monitoring the reform of local self-government and territorial organization of power] *Analitychna dopovid*, available at: https://mtu.gov.ua/files/O._MONITORING_I_kv_2024_r_.pdf [in Ukrainian].

7. *Nakaz Ministerstva rozvytku hromad ta terytorii Ukrainy «Pro zatverdzhennia Metodychnykh rekomendatsii shchodo poriadku rozroblennia, zatverdzhennia, realizatsii, provedennia monitorynhu ta otsiniuvannia realizatsii stratehii rozvytku terytorialnykh hromad»* [Order of the Ministry of Communities and Territories Development of Ukraine 'On Approval of the Methodological Recommendations on the Procedure for Development, Approval, Implementation, Monitoring and Evaluation of the Implementation of Territorial Community Development Strategies'] від 21.12.2022, No 265, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0265914-22#Text> [in Ukrainian].

8. *Poshuk dodatkovykh resursiv dlia hromadskykh orhanizatsii ta vidnovlennia hromad rozvytku* [Finding additional resources for NGOs and rebuilding development communities]. *Ukladach Liusiena Shum*, available at: <https://ants.org.ua/wp-content/uploads/2024/01/resursyO3.pdf> [in Ukrainian].

9. Saienko, P. A. (2016). *Theoretical foundations of unified territorial community's development strategy»* *Ekonomika i suspilstvo. MDU, Vip.7*, pp. 594–598, available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/100.pdf [in Ukrainian].

10. Tkachuk, A. (2018). Vid perspektyvnoho planu do stratehii rozvytku hromady [From perspective plan to hromada development strategy]. «Bibliotechka mistsevoho samovriaduvannia», available at: <https://www.csi.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/Vid-perspektyvnoho-planu-do-strategiyi-rozvytku-gromad.pdf> [in Ukrainian].

Дані про авторів

Семененко Олена Газисівна,

старший викладач кафедри економіки, Університет Григорія Сковороди в Переяславі

вул. Сухомлинського, 30, м. Переяслав, Київська обл., 08401, Україна

e-mail: gazisovna@ukr.net

ORCID: 0000-0002-1507-1624

Кучеренко Світлана Юрївна,

к. е. н., доцент кафедри економіки, Університет Григорія Сковороди в Переяславі

вул. Сухомлинського, 30, м. Переяслав, Київська обл., 08401, Україна

e-mail: kvetau66@gmail.com

ORCID: 0000-0001-7560-1212

Information about the authors

Olena Semenenko,

Senior Lecturer at the Department of Economics, Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav

08401, 30 Sukhomlynsko Str., Pereiaslav, Ukraine

e-mail: gazisovna@ukr.net

ORCID 0000-0002-1507-1624

Svitlana Kucherenko,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Economics Hryhorii Skovoroda University in Pereiaslav

08401, 30 Sukhomlynsko Str., Pereiaslav, Ukraine

e-mail: kvetau66@gmail.com

ORCID 0000-0001-7560-1212

ЗМІСТ

Макроекономічні аспекти сучасної економіки

ПЕТУХОВА О. М., ЕШ С. М. Моделі біржового аналізу на ринках капіталу.....	5
ТИХИЙ О. Г. Концептуально–світоглядна трансформація банківської системи України в рамках європейської інтеграції	13

Інноваційно–інвестиційна політика

ГЕЙКО Т. Ю. Ризики для економічної безпеки в макроекономічній сфері, які впливають на функціонування МСП України в умовах воєнного стану	26
КОЛОДІЙЧУК А. В., ВАЖИНСЬКИЙ Ф. А. Цифровий маркетинг: особливості та перспективи розвитку.....	31

Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності

БОДЮК А. В. Потребо–ресурсологічні дослідження літію.....	36
ГАВРИЛКО П. П., ГУШТАН Т. В., СИМЕХ К. Ю. Теоретичні аспекти здійснення маркетингових досліджень ринку	44
КУРДИШ Р. Ф. Методологічні особливості оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств.....	49
ПАЛАМАРЧУК О. М., СКРИПНИК Р. Є. Стратегічне планування діяльності м'ясопереробних підприємств України в умовах воєнного стану	57
ЗАМАНОВ В. Л., ПОДКОПАЄВ О. М., СОЛОВІЙ С. Б. Концептуальні напрями забезпечення економічної безпеки готельно–ресторанного бізнесу в сучасних умовах.....	62
ЗОЛОТАРЕВСЬКИЙ А. В. Роль, місце та ключові аспекти грантів у фінансовій системі закладів вищої освіти.....	72
ЗОРИНА О. А. Теоретичні аспекти формування обліково–аналітичного механізму зовнішньоекономічної діяльності.....	77

Соціально–трудова проблеми

СЕМЕНЕНКО О. Г., КУЧЕРЕНКО С. Ю. Формування стратегії розвитку об'єднаної територіальної громади в сучасних умовах	85
--	----

CONTENT

Macro-economic aspects of modern economy

PIETUKHOVA O. M., ESH S. M. Models of stock analysis in capital markets.....	5
TYKHYI O. H. Conceptual and ideological transformation of the banking system of Ukraine within the framework of european integration.....	13

Innovation and investment policy

HEIKO T. Yu. Risks for economic security in the macroeconomic sphere, which affect the functioning of SMEs of Ukraine in the conditions of martial law.....	26
KOLODIYCHUK A. V., VAZHYNKYI F. A. Digital marketing: features and development prospects.....	31

Economic problems of development of branches and types of economic activity

BODYUK A. V. Resurological studies of lithium.....	36
HAVRYLKO P. P., HUSHTAN T. V., SIMEKH K. Yu. The implementation of the theoretical aspects of marketing research on the market.....	44
KURDYSH R. F. Methodological features of evaluating the efficiency of marketing activities of enterprises.....	49
PALAMARCHUK O. M., SKRIPNIK R. Ye. Strategic planning of Ukrainian meat processing enterprises under martial law.....	57
ZAMANOV V. L., PODKOPAIEV O. M., SOLOVIY S. B. Conceptual directions of ensuring the economic security of the hotel and restaurant business in modern conditions.....	62
ZOLOTAREVSKYI A. V. The role, place and key aspects of grants in the financial system of higher education institutions.....	72
ZORINA E. A. Theoretical aspects of the formation of the accounting and analytical mechanism foreign economic activity.....	77

Social-labor problems

SEMENENKO O. G., KUCHERENKO S. Yu. Formation of the development strategy of the united territorial community in modern conditions.....	85
--	----

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 подається мовою оригіналу (українською, або англійською). Якщо стаття написана англійською мовою, необхідно надіслати її переклад (українською мовою).
2. Стаття має відповідати тематичній спрямованості збірника.
3. Обов'язковими є рецензія фахівця (доктора наук) у відповідній галузі науки.
4. Стаття має містити: Бібліографічний показник УДК.
5. Відомості про автора: прізвище, імя, по– батькові (автора повністю), вчений ступінь, ORCID, місце роботи, посада, e–mail, контактний телефон розміщуються в кінці статті двома мовами (українська, англійська).
- 6 Назва статті має бути коротка, але максимально точно відображати досліджувану проблему. Назва статті подається без використання вузькоспеціалізованих скорочень.
7. Анотація структурована 1800–2000 знаків двома мовами (українська, англійська), де чітко сформульовано головну ідею статті та обґрунтовано її актуальність.

Загальна структура анотації повинна містити:

- актуальність теми дослідження;
- постановка проблеми;
- постановка мети і завдань дослідження;
- метод або методологія дослідження;
- презентація основного матеріалу (результати дослідження);
- галузь застосування результатів;
- висновки за статтею;
- ключові слова на двох мовах до 10 слів (українська, англійська).

Текст статті повинен містити такі елементи:

- 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;
- 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;
- references (для транслітерації українського тексту на латиницю використовується безкоштовний сайт <http://www.slovnyk.ua/services/translit.php> (вибираємо варіант «американська»)).

8. Обсяг – від 10 до 18 сторінок, формату А4 через інтервал 1,5. Поля: верхнє, нижнє, лівє, правє – 2 см. Абзац – 5 знаків. Шрифт: Arial, розмір – 12. Мова – українська, англійська.
9. Статті, таблиці та формули мають виконуватися у редакторі Microsoft Word, якщо стаття містить формули, вони мають бути набрані у редакторі формул Microsoft Equation, який вбудований в усі версії програми Word.
10. Якщо стаття містить графіки чи діаграми, вони повинні бути представлені як згруповані об'єкти.
11. Зноски в документі мають бути оформлені за допомогою вбудованих функцій програми Word.
12. Назви файлів мають відповідати прізвищам авторів (англійською).
13. Статті надаються на електронному носії.
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.

Відповідальність за достовірність даних, наведених у статті, несе її автор та науковий керівник.

Редакція наукового збірника не несе відповідальності за авторські права статей, що подаються до друку.

Довідки за телефонами: (096) 309 42 80 e–mail: zbornik@ukr.net . <http://dndiime.org.ua>

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 is submitted in the original language (Ukrainian or English). If the article is written in English, it is necessary to send its translation (in Ukrainian).
2. The article should correspond to the thematic orientation of the collection.
3. A review by a specialist (Doctor of Science) in the relevant field of science is mandatory.
4. The article must contain: UDC bibliographic index.
5. Information about the author: surname, first name, patronymic (author's full name), academic degree, ORSID, place of work, position, e-mail, contact phone are placed at the end of the article in two languages (Ukrainian, English).
6. The title of the article should be short, but reflect the researched problem as accurately as possible. The title of the article is given without the use of highly specialized abbreviations.
7. The abstract is structured in 1800–2000 characters in two languages (Ukrainian, English), where the main idea of the article is clearly formulated and its relevance is substantiated.

The general structure of the abstract should contain:

- *relevance of the research topic;*
- *formulation of the problem;*
- *setting the goal and objectives of the research;*
- *research method or methodology;*
- *presentation of the main material (research results);*
- *the field of application of the results;*
- *conclusions on the article;*
- *keywords in two languages up to 10 words (Ukrainian, English).*

The text of the article should contain the following elements:

- *problem statement in general and its connection with important or practical tasks;*
- *analysis of the latest research and publications in which the solution to this problem was initiated and on which the author relies;*
- *formation of the goals of the article (setting the task);*
- *presentation of the main material of the research with a full justification of the obtained scientific results;*
- *conclusions from this study and prospects for further exploration in this direction;*
- *list of used sources;*
- *references (for the transliteration of the Ukrainian text into Latin, the free site <http://www.slovnnyk.ua/services/translit.php> is used (select the «American» option).*

8. Volume – from 10 to 18 pages, format A4 in interval 1,5. Fields: top, bottom, left, right – 2 cm. Paragraph – 5 characters. Font: Arial, size – 12. Language – Ukrainian, English.
9. Articles, tables and formulas must be executed in the Microsoft Word editor, if the article contains formulas, they must be typed in the Microsoft Equation formula editor, which is built into all versions of the Word program.
10. If the article contains graphs or charts, they should be presented as grouped objects.
11. Footnotes in the document must be formatted using the built-in functions of the Word program.
12. File names must correspond to authors' surnames (in English).
13. Articles are provided on an electronic medium.
14. References to sources of information are mandatory. Sources are provided at the end of the article with basic requirements for bibliographic descriptions. Numbering of sources along the text.
15. If the above requirements are not met, the editors will not accept articles for publication.

The responsibility for the reliability of the data given in the article is borne by its author and scientific supervisor. The editors of the scientific collection are not responsible for the copyright of the articles submitted for publication.

Information by phone: (096) 309 42 80 e-mail: zbornik@ukr.net. <http://dndiime.org.ua>

Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Збірник наукових праць

№6 (277) 2024 р.

Періодичність – щомісячник

Головний редактор Студінська Г.Я.
Комп'ютерна верстка та дизайн Сердюк В.Л.

Підписано до друку 28.06.2024 р.
Формат 60x84 1/8. Папір офсетний
Ум. друк. аркушів 13,72
Гарнітура Eurore. Наклад 100 прим.

Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки
Свідоцтво про державну реєстрацію: Серія КВ 22545-12443ПР від 20.02.2017 р.
Адреса редакції: 01014, м. Київ, бул. Дружби Народів, 38
<http://dndiime.org.ua/>, e-mail: zbornik@ukr.net

State Research Institute of Informatization and Economic Modeling

MARKET RELATIONS DEVELOPMENT IN UKRAINE

Collection of scientific works

No.6 (277) 2024

Frequency – monthly

Editor-in-Chief G. Studinska
Computer design and design V.Serdyuk

Signed for printing on 28.06.2024.
Format 60*84. 1/8. Paper offset
Conditional Printed Sheets 13,72.
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