

Державний науково-дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

**Збірник наукових праць
№7-8 (278-279)**

Київ 2024

**Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць
Вип. 7–8 (278–279). – К., 2024. – 123 с.**

Рекомендовано Вченою радою ДНДІМЕ
Протокол №7 від 28.08.2024 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–трудові 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)
АЛЕКСЕЄВ 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 САМБОРСЬКИ, доктор філософії, Економічний університет м. Катовіце Польща, кафедра менеджменту підприємства
ВІРГІНІЯ ЮРЕНІСЕНЕ, 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 ДМІТРОВ, 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 rînkovîh vidnosin v Ukraïni
Abbreviated key title: Form. rînkovîh 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
№7-8 (278-279)**

Kyiv 2024

**Market Relations Development in Ukraine: Collection of scientific works
Volume 7–8 (278–279). K., 2024. – 123 p.**

Recommended by the Academic Council SSRIEM

Protocol No. 7 dated August 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 330.34.014–026.23:338.22:005.334–045.47

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13952948>

КОЛОДІЙЧУК А. В.

Проблеми кластеризації макроекономічних ризиків впровадження ІКТ

Предметом дослідження є кластеризація макроекономічних ризиків впровадження ІКТ.

Метою дослідження є виявлення проблем кластеризації макроекономічних ризиків впровадження ІКТ.

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

Результати роботи. У статті визначено проблеми кластеризації макроекономічних ризиків впровадження інформаційно–комунікаційних технологій. Виявлено, що головним аспектом інтегрованої стратегії оцінки ризиків є використання прогностичних моделей, що базуються на аналізі трендів та сценарного планування. Для подолання існуючих викликів необхідно розробити інтегровану стратегію оцінки ризиків, яка повинна включати систематичний облік та аналіз даних з різних джерел, що дасть можливість виявити та класифікувати ризики за категоріями та їх впливом на економіку.

Висновки. Кластеризація макроекономічних ризиків впровадження інформаційно–комунікаційних технологій (ІКТ) є важливим завданням, яке потребує системного підходу для виявлення та аналізу складних взаємозв'язків. Серед основних проблем можна виділити невідомість економічного середовища, що ускладнює прогнозування фінансових результатів. До того ж, різноманітність ІКТ–рішень створює додаткові ризики для підприємств. Необхідно враховувати соціально–культурні фактори, які впливають на успішність впровадження технологій. Схильність населення до нових технологій, рівень цифрової грамотності та сприйняття змін зможуть суттєво змінити хід реалізації проектів. Необхідно також зосередити увагу на регуляторних бар'єрах та їхньому впливі на інноваційний розвиток. Отже, для ефективної кластеризації ризиків необхідна інтеграція даних з різних секторів, застосування аналітичних інструментів та забезпечення стабільного консультативного зв'язку між усіма зацікавленими сторонами. Це дасть можливість зменшити вразливість до макроекономічних ризиків і підвищити ефективність впровадження ІКТ.

Ключові слова: ризики, ідентифікація, моделювання, стратегія оцінки ризиків, макроекономічні ризики, ІКТ, штучний інтелект, інвестиції, сталий розвиток.

Problems of the clustering of macroeconomic risks of ICT implementation

The subject of the study is the clustering of macroeconomic risks of ICT implementation.

The purpose of the study is to identify problems of the clustering of macroeconomic risks of ICT implementation.

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 identifies the problems of the clustering of macroeconomic risks of information and communication technology implementation. It was found that the main aspect of the integrated risk assessment strategy is the use of predictive models based on trend analysis and scenario planning. To overcome existing challenges, it is necessary to develop an integrated risk assessment strategy, which should include systematic accounting and analysis of data from various sources, which will make it possible to identify and classify risks by categories and their impact on the economy.

Conclusions. The clustering of macroeconomic risks of the implementation of information and communication technologies (ICT) is an important task that requires a systematic approach to identify and analyze complex relationships. Among the main problems, one can highlight the uncertainty of the economic environment, which makes it difficult to forecast financial results. In addition, the variety of ICT solutions creates additional risks for enterprises. It is necessary to take into account socio-cultural factors that affect the success of technology implementation. The propensity of the population to new technologies, the level of digital literacy and the perception of changes will be able to significantly change the course of project implementation. It is also necessary to focus attention on regulatory barriers and their impact on innovative development. Therefore, for effective risk clustering, it is necessary to integrate data from different sectors, use analytical tools and ensure a stable consultative relationship between all interested parties. This will make it possible to reduce vulnerability to macroeconomic risks and increase the efficiency of ICT implementation.

Keywords: risks, identification, modeling, risk assessment strategy, macroeconomic risks, ICT, artificial intelligence, investments, sustainable development.

Постановка проблеми. Кластеризація макроекономічних ризиків впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) є важливим інструментом для аналізу соціально-економічних систем. В умовах глобалізації та швидкого розвитку технологій, ризики, пов'язані з інтеграцією ІКТ, стають дедалі більш актуальними. Основними кластеризованими ризиками є: економічні, соціальні, політичні та технологічні. Економічні ризики включають інвестиційні втрати, зміни в ринку праці та інфляційні фактори, які можуть спровокувати нестабільність. Соціальні ризики проявляються у формі цифрового розриву між різними соціальними групами, що може призвести до зростання нерівності. Політичні ризики, такі як зміна законодавства та регуляторні обмеження, також можуть негативно вплинути на імплементацію ІКТ. Технологічні ризики, зокрема, пов'язані із кібербезпекою, швидкістю змін в ІТ-інфраструктурі і забезпеченням яко-

сті технологічних рішень. З метою ефективного управління ризиками важливо впроваджувати системи моніторингу та аналізу, що забезпечить адаптацію до динамічного середовища.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Особливості розвитку ІТ-економіки та різні аспекти дослідження економічних процесів в ІТ-секторі вивчалися такими вченими, як: Бондарчук Н.В., Васильченко А.О., Войнаренко М.П., Карпенко А.В., Кірдан О.П., Лук'янова В.В., Павленко О.О., Соколенко С.І. та інші. Однак, вивченню проблем кластеризації макроекономічних ризиків впровадження ІКТ приділено недостатньо уваги, що потребує подальшого дослідження.

Мета статті – виявлення проблем кластеризації макроекономічних ризиків впровадження ІКТ.

Виклад основного матеріалу. Кластеризація макроекономічних ризиків, пов'язаних із впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій, є складним завданням, яке передбачає

вивчення різноманітних факторів і їх взаємодій. Наведемо декілька ключових проблем, які можуть виникнути в цьому процесі:

Ідентифікація ризиків: визначення специфічних макроекономічних ризиків, пов'язаних з ІКТ, є складним через їх різноманітність і динамічність. Це можуть бути ризики, пов'язані з безпекою даних, економічною нерівністю, втратами робочих місць, технологічною залежністю тощо.

Взаємодія ризиків: макроекономічні ризики часто взаємопов'язані. Наприклад, впровадження нових технологій зможе призвести до економічного зростання, але й також зможе викликати безробіття в певних секторах економіки. Кластеризація таких ризиків потребує комплексного підходу.

Моделювання і прогнозування: створення моделей, які б точно відображали вплив ІКТ на макроекономічні показники, є непростим завданням. Необхідно враховувати багато змінних, включаючи соціальні, економічні та технологічні аспекти.

Дані та їх якість: для кластеризації ризиків необхідні надійні дані, які зможуть бути важко доступними або ненадійними. Це статистичні дані, звіти про економічні тенденції та інші показники.

Політичні та соціальні фактори: впровадження ІКТ може бути підтримане політичними рішеннями. Зміна політичного курсу зможе вплинути на значення і характер ризиків.

Глобалізація та конкурентоспроможність: у глобалізованому світі ризики носять транснаціональний характер. Країни стикаються з загрозами з боку міжнародної конкуренції та змінами у глобальних ланцюгах постачання.

Невизначеність та швидкість змін: світ технологій швидко змінюється. Невизначеність у розвитку ІКТ зможе ускладнити оцінку ризиків, адже нові технології зможуть мати непередбачувані наслідки для економіки.

Необхідність міждисциплінарного підходу: ефективна кластеризація макроекономічних ризиків потребує взаємодії фахівців з різних сфер (економістів, технологів, соціологів тощо) для комплексного аналізу й оцінки.

Для успішної кластеризації макроекономічних ризиків, пов'язаних із ІКТ, необхідно застосовувати гнучкі методи аналізу, адаптуватися до змінюваних умов і постійно оновлювати інформаційну базу. Для подолання зазначених викликів необхідно розробити інтегровану стратегію оцінки ризиків. Ця стратегія повинна включа-

ти систематичний облік та аналіз даних з різних джерел, що дасть можливість виявити та класифікувати ризики за категоріями та їх впливом на економіку. Впровадження сучасних аналітичних інструментів, таких як великі дані та штучний інтелект, зможе підвищити точність прогнозування макроекономічних ризиків. Також необхідним є впровадження політик, які сприяють адаптації робочої сили до нових технологічних умов, зокрема, інвестиції в освіту та перепідготовку кадрів. Це дасть можливість зменшити негативний вплив на зайнятість та соціальну нерівність, що зможуть виникнути внаслідок автоматизації. Крім того, співпраця між державними структурами, приватним сектором і науковими установами зможе забезпечити комплексний підхід до кластеризації ризиків. Підтримка міждисциплінарного діалогу сприятиме розвитку ефективних рішень для управління ризиками на макроекономічному рівні. Таким чином, сталий розвиток економік в умовах технологічних змін потребує системного і координаційного підходу до управління ризиками. Важливим аспектом інтегрованої стратегії оцінки ризиків є використання прогнозних моделей, що базуються на аналізі трендів та сценарного планування. Це дасть можливість владі і бізнесу виявляти потенційні загрози та можливості, а також приймати обґрунтовані рішення на основі достовірної інформації. Спостереження за глобальними економічними змінами, такими як коливання цін на сировину або зміни в міжнародній політиці, дасть можливість вчасно реагувати на нові виклики.

Співпраця між різними секторами економіки дасть можливість не лише виявити ризики, але й розробити спільні ініціативи, які допоможуть мінімізувати їхній вплив. Наприклад, створення публічно-приватних партнерств зможе сприяти інвестуванню в інфраструктуру, що є важливою для підтримки економічної стабільності. Також важливою є комунікація з суспільством щодо ризиків та шляхів їх подолання. Прозорість у процесах управління ризиками зміцнить довіру населення до інституцій та сприятиме активному залученню громадськості до прийняття рішень. Таким чином, злагоджена діяльність усіх учасників економічного процесу є ключем до сталого розвитку в умовах швидких технологічних змін.

Для ефективної реалізації інтегрованої стратегії оцінки ризиків важливо регулярно проводити мо-

ніторинг та оцінку вже впроваджених заходів. Це дасть можливість виявити слабкі місця і адаптувати стратегії в залежності від змінюваного середовища. Впровадження сучасних інформаційних технологій відіграє важливу роль у зборі та аналізі даних, що сприяє більш точному прогнозуванню ризиків. Крім того, навчання та підвищення кваліфікації кадрів є невід'ємною частиною цієї стратегії. Інвестування в освіту та професійний розвиток працівників дасть можливість їм краще справлятися з новими викликами та швидше реагувати на зміни в економічному та політичному середовищі. Важливою є міжнародна співпраця. Обмін досвідом, технологіями та інформацією між країнами дасть можливість пришвидшити реагування на глобальні ризики. В цілому, всебічний підхід до оцінки ризиків та їх управління стане запорукою стабільного розвитку як для окремих підприємств, так і для держави в цілому.

Кластеризація макроекономічних ризиків впровадження ІКТ є важливим напрямком для аналізу ризиків та формулювання стратегій управління в умовах сучасної економіки. Основні перспективи такого підходу включають:

1. Систематизація ризиків: кластеризація дає можливість групувати ризики за певними критеріями, такими як технологічні, фінансові, соціальні та екологічні. Це дає можливість виявити основні тренди, що можуть впливати на економіку.

2. Прогнозування: використання статистичних методів та алгоритмів кластеризації (К-середніх, ієрархічна кластеризація) дає можливість створювати моделі для прогнозування можливих ризиків, пов'язаних з впровадженням ІКТ. Це зможе допомогти у підготовці до можливих непередбачених обставин.

3. Оптимізація ресурсів: кластеризація ризиків дає можливість компаніям та державним установам оптимізувати розподіл ресурсів для управління ризиками. Зосередження зусиль на найбільш значущих ризиках зможе підвищити ефективність інвестицій у заходи з їх подолання.

4. Розробка стратегій: завдяки кластеризації можливо сформулювати специфічні стратегії для кожного з виявлених кластерів ризиків, що дасть можливість більш ефективно адаптуватися до змін в умовах впровадження нових технологій.

5. Зменшення невизначеності: кластеризація ризиків допоможе знизити рівень невизначеності в економічних прогнозах, оскільки дає можливість

більш чітко ідентифікувати та аналізувати фактори, що впливають на макроекономічні показники.

6. Взаємозв'язок технологій та економіки: аналіз ризиків у вигляді кластерів зможе виявити взаємозв'язок між впровадженням ІКТ та економічними показниками, що дасть можливість виявити, які технології мають найбільший потенціал для стимулювання економічного зростання.

7. Адаптація до змін: у сучасному світі, де технології постійно еволюціонують, кластеризація ризиків зможе допомогти організаціям бути більш гнучкими та готовими до змін, що відбуваються в технологічному середовищі.

В загальному, кластеризація макроекономічних ризиків впровадження ІКТ відкриває нові можливості для більш ефективного управління ризиками, адаптації до технологічних змін і забезпечення сталого економічного розвитку. Кластеризація макроекономічних ризиків впровадження ІКТ потребує комплексного підходу і врахування багатьох факторів. Для ефективного аналізу та управління цими ризиками необхідно розвивати методи збору та аналізу даних, а також співпрацю між різними дисциплінами.

Висновки

Кластеризація макроекономічних ризиків впровадження ІКТ є важливим завданням, яке потребує системного підходу для виявлення та аналізу складних взаємозв'язків. Серед основних проблем можна виділити невизначеність економічного середовища, що ускладнює прогнозування фінансових результатів. До того ж, різноманітність ІКТ-рішень створює додаткові ризики для підприємств. Необхідно врахувати соціально-культурні фактори, які впливають на успішність впровадження технологій. Схильність населення до нових технологій, рівень цифрової грамотності та сприйняття змін зможуть суттєво змінити хід реалізації проєктів. Необхідно також зосередити увагу на регуляторних бар'єрах та їхньому впливі на інноваційний розвиток. Отже, для ефективної кластеризації ризиків необхідна інтеграція даних з різних секторів, застосування аналітичних інструментів та забезпечення стабільного консультативного зв'язку між усіма зацікавленими сторонами. Це дасть можливість зменшити вразливість до макроекономічних ризиків і підвищити ефективність впровадження ІКТ.

Список використаних джерел:

1. Бондарчук Н. В. Функціонування кластерів: світовий і вітчизняний досвід. Економіка та держава. 2010. № 9. С. 107–109.
2. Важинський Ф. А., Ноджак Л. С., Колодійчук А. В. Оцінка ефективності управління системою збуту машинобудівних підприємств. Економіка промисловості. 2010. № 1. С. 119–122.
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., Василюха 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. Bondarchuk, N. V. (2010). Funktsionuvannya klasteriv: svitoviy i vitchyznyanyy dosvid [Functioning of clusters: world and domestic experience]. *Ekonomika*

ta derzhava – Economy and the state, 9, 107–109. [in Ukrainian].

2. 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].

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 finansovyy 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 pidpryemstv 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 автора

Колодійчук Анатолій Володимирович,

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

e-mail: kolodiychuka@i.ua

Data about the author

Anatoliy Kolodiychuk,

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

e-mail: kolodiychuka@i.ua

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13952967>

ПАЦАН М. В.

Токенізовані реальні та фінансові активи у сучасному грошовому обігу

Предмет дослідження – токенізовані реальні активи у сучасному грошовому обігу та їх вплив на фінансову систему.

Метою статті є вивчення особливостей функціонування токенізованих реальних активів у сучасному грошовому обігу та аналіз їх впливу на трансформацію фінансових ринків і монетарну політику.

Методологія проведення роботи – системний підхід, методи аналізу і синтезу, компаративний аналіз, статистичні методи. Використані теоретичні положення інституційної економіки, теорії грошей та фінансових ринків. Застосовано методи: узагальнення – при дослідженні сутності та видів токенізованих реальних активів; порівняльного аналізу – для визначення відмінностей між традиційними та токенізованими активами; моделювання – для прогнозування впливу токенізації на грошовий обіг.

Результати роботи – розглянуто сутність та особливості токенізованих реальних активів як нового явища у грошовому обігу. Проаналізовано основні види токенізованих активів та їх функціональні характеристики. Досліджено вплив токенізації на ліквідність ринків, доступність інвестицій та трансформацію фінансового посередництва. Виявлено потенційні ризики та можливості, пов'язані з поширенням токенізованих активів, для монетарної політики та фінансової стабільності. Обґрунтовано необхідність адаптації регуляторних підходів до нових форм активів. Визначено перспективні напрями розвитку інфраструктури для обігу токенізованих реальних активів.

Висновки. Токенізація реальних активів суттєво трансформує традиційні механізми грошового обігу та інвестування. Цей процес сприяє підвищенню ліквідності ринків, демократизації доступу до інвестицій та оптимізації трансакційних витрат. Водночас виникають нові виклики для фінансової стабільності та ефективності монетарної політики. Необхідна збалансована регуляторна політика, яка б стимулювала інновації, але мінімізувала системні ризики. Перспективним є розвиток децентралізованих фінансів на основі токенізованих активів, що може суттєво змінити ландшафт фінансового посередництва. Для України актуальним є створення правового поля та інфраструктури для впровадження токенізованих активів, що сприятиме залученню інвестицій та інтеграції у глобальні фінансові ринки.

Ключові слова: токенізовані активи, грошовий обіг, блокчейн, криптоактиви, фінансові інновації, монетарна політика, регулювання.

Tokenized real and financial assets in modern money circulation

The subject of the research is tokenized real assets in modern money circulation and their impact on the financial system.

The purpose of the article is to study the features of tokenized real assets functioning in modern money circulation and to analyze their impact on the transformation of financial markets and monetary policy.

The methodology of the work includes a systematic approach, methods of analysis and synthesis, comparative analysis, and statistical methods. Theoretical provisions of institutional economics, theory of money and financial markets are used. The following methods are applied: generalization – in the study of the essence and types of tokenized real assets; comparative analysis – to determine the differences between traditional and tokenized assets; modeling – to predict the impact of tokenization on money circulation.

The results of the work – the essence and features of tokenized real assets as a new phenomenon in money circulation are considered. The main types of tokenized assets and their functional characteristics are analyzed. The impact of tokenization on market liquidity, investment availability and transformation of financial intermediation is investigated. Potential risks and opportunities associated with the spread of tokenized assets for monetary policy and financial stability are identified. The necessity of adapting regulatory approaches to new forms of assets is substantiated. Promising directions for the development of infrastructure for the circulation of tokenized real assets are determined.

Conclusions. Tokenization of real assets significantly transforms traditional mechanisms of money circulation and investment. This process contributes to increasing market liquidity, democratizing access to investments and optimizing transaction costs. At the same time, new challenges for financial stability and monetary policy effectiveness arise. A balanced regulatory policy is needed to stimulate innovation while minimizing systemic risks. The development of decentralized finance based on tokenized assets is promising and may significantly change the landscape of financial intermediation. For Ukraine, it is relevant to create a legal framework and infrastructure for the implementation of tokenized assets, which will help attract investment and integrate into global financial markets.

Keywords: tokenized assets, money circulation, blockchain, crypto assets, financial innovations, monetary policy, regulation.

Постановка проблеми. Розвиток технології блокчейн та криптоактивів призвів до появи нового класу фінансових інструментів – токенозованих реальних активів. Ці інноваційні фінансові інструменти поєднують характеристики традиційних активів з перевагами цифрових технологій, що суттєво впливає на механізми грошового обігу та інвестування. Токенізація дозволяє перетворити права на реальні активи (нерухомість, товари, цінні папери) у цифрові токени, якими можна торгувати на блокчейн-платформах. Це відкриває нові можливості для підвищення ліквідності ринків, спрощення трансакцій та демократизації доступу до інвестицій.

Водночас поширення токенозованих активів створює виклики для регуляторів та учасників фінансових ринків. Виникають питання щодо правового статусу таких активів, забезпечення їх безпеки,

оцінки ризиків та впливу на фінансову стабільність. Актуальним є дослідження того, як токенизація трансформує традиційні механізми грошового обігу, змінює роль фінансових посередників та впливає на ефективність монетарної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика токенозованих активів є відносно новою для економічної науки, проте вже привертає значну увагу дослідників. Теоретичні аспекти токенизації активів та їх вплив на фінансові ринки розглядаються у роботах Лі Д.К.С, Гуо Л. та Ванг Я [1], Шар. Ф [2], Каталіні К. [3]. Правові та регуляторні питання функціонування токенозованих активів аналізуються у дослідженнях OECD [4]. Вплив токенизації на монетарну політику та фінансову стабільність досліджується у роботах експертів Федеральної резервної системи США [5] та компанії McKinsey & Company [6].

Серед вітчизняних науковців окремі аспекти функціонування токенизованих активів розглядають С. Обушний [7], З. Пестовська [8]. Проте комплексний аналіз впливу токенизованих реальних активів на грошовий обіг та фінансову систему України залишається недостатньо розробленим, що обумовлює актуальність даного дослідження.

Метою статті є вивчення особливостей функціонування токенизованих реальних активів у сучасному грошовому обігу та аналіз їх впливу на трансформацію фінансових ринків і монетарну політику.

Виклад основного матеріалу. Почнемо з ключових визначень. Токенізація – це процес перетворення прав на реальні або фінансові активи у цифрові токени, які можуть бути передані, зберігатися або торгуватися на блокчейн-платформах. Процес токенизації – конкретні кроки, що включають створення цифрових токенів, забезпечених реальними активами, їх реєстрацію на блокчейні та інтеграцію в ринкову інфраструктуру. Токенизовані реальні активи являють собою цифрове представлення прав на матеріальні чи нематеріальні активи у вигляді токенів на блокчейні. На відміну від криптовалют, які не мають забезпечення, токенизовані активи прив'язані до реальних цінностей – нерухомості, товарів, цінних паперів, творів мистецтва тощо. Це дозволяє поєднати переваги блокчейн-технологій (прозорість, безпека, швидкість транзакцій) з надійністю традиційних активів.

Основними видами токенизованих реальних активів є:

- Токенизована нерухомість – цифрові токени, що представляють частку власності в об'єктах нерухомості.
- Токенизовані товари – цифрове представлення прав на сировинні товари (нафта, золото, сільгосппродукція).
- Токенизовані цінні папери – токени, що презентують акції, облігації та інші фінансові інструменти.
- Токенизовані предмети мистецтва та колекційні предмети.

Процес токенизації дозволяє фракціонувати вартість активів, роблячи їх доступними для ширшого кола інвесторів. Наприклад, замість купівлі цілого об'єкта нерухомості, інвестор може придбати токен, що представляє частку в цьому активі. Це суттєво знижує поріг входу на ринок інвестицій.

Вплив токенизованих активів на грошовий обіг проявляється у кількох аспектах:

1. Підвищення ліквідності ринків. Токенізація дозволяє створювати ліквідні ринки для традиційно неліквідних активів (нерухомість, предмети мистецтва). Це сприяє більш ефективному ціноутворенню та алокації капіталу.

2. Трансформація фінансового посередництва. Децентралізовані платформи для торгівлі токенизованими активами зменшують потребу в традиційних фінансових посередниках, що може змінити структуру фінансового сектору.

3. Вплив на монетарну політику. Поширення токенизованих активів може вплинути на ефективність традиційних інструментів монетарної політики та механізми трансмісії.

4. Зміна структури інвестиційних портфельів. Доступність різноманітних токенизованих активів дозволяє інвесторам формувати більш диверсифіковані портфелі, що впливає на розподіл капіталу в економіці.

Аналіз даних показує стрімке зростання ринку токенизованих активів. За оцінками По даним SWIFT, глобальний обсяг токенизованих активів може досягти \$24 трлн до 2027 року [9]. Найбільшу частку складають токенизовані цінні папери та нерухомість.

Водночас розвиток ринку токенизованих активів створює нові виклики для регуляторів:

- Правова невизначеність. У багатьох юрисдикціях відсутнє чітке регулювання токенизованих активів, що створює правові ризики для учасників ринку.
- Ризики фінансової стабільності. Висока волатильність та взаємозв'язки з криптовалютами ринками можуть створювати системні ризики.
- Захист прав інвесторів. Необхідність забезпечення належного розкриття інформації та захисту від шахрайства.
- Питання оподаткування. Визначення підходів до оподаткування операцій з токенизованими активами.

Для адаптації до нових реалій регулятори багатьох країн розробляють спеціальні нормативні рамки для токенизованих активів. Наприклад, у ЄС впроваджено регламент MiCA (Markets in Crypto-Assets), який, зокрема, регулює випуск та обіг токенизованих активів [10].

В Україні ринок токенизованих активів знаходиться на початковому етапі розвитку. Прийнятий у 2021 році Закон «Про віртуальні активи» створює базове правове поле, проте потребує

деталізації в частині регулювання різних видів токенизованих активів. Національний банк України та Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку працюють над розробкою відповідних нормативних актів.

Перспективними напрямками розвитку ринку токенизованих активів в Україні є:

1. Створення регуляторної «пісочниці» для тестування інноваційних проектів з токенизації активів.
2. Розробка стандартів для емісії та обігу токенизованих цінних паперів.
3. Впровадження пілотних проектів з токенизації державних активів для залучення інвестицій.
4. Інтеграція інфраструктури для токенизованих активів з традиційними фінансовими ринками.

Висновки

Токенизація реальних активів є важливою тенденцією, яка суттєво трансформує механізми грошового обігу та інвестування. Цей процес сприяє підвищенню ліквідності ринків, демократизації доступу до інвестицій та оптимізації трансакційних витрат. Водночас виникають нові виклики для фінансової стабільності та ефективності монетарної політики.

Для максимізації позитивного впливу токенизованих активів на економіку необхідна збалансована регуляторна політика, яка б стимулювала інновації, але мінімізувала системні ризики. Важливим є розвиток відповідної ринкової інфраструктури та підвищення фінансової грамотності учасників ринку щодо особливостей роботи з токенизованими активами.

Перспективним напрямом є розвиток децентралізованих фінансів (DeFi) на основі токенизованих активів, що може суттєво змінити ландшафт фінансового посередництва. Такі системи дозволяють створювати більш ефективні механізми кредитування, страхування та управління активами без участі традиційних фінансових інститутів.

Для України актуальним є створення комплексного правового поля та інфраструктури для впровадження токенизованих активів. Це сприятиме залученню інвестицій, розвитку ринку капіталу та інтеграції у глобальні фінансові ринки. Важливо забезпечити баланс між стимулюванням інновацій та захистом прав інвесторів.

Таким чином, токенизовані реальні активи стають важливим елементом сучасного грошового обігу, створюючи нові можливості для інвес-

тування та управління капіталом. Їх подальший розвиток може суттєво вплинути на структуру фінансових ринків та механізми економічного зростання. Для України важливо активно долучатися до цих глобальних процесів, створюючи сприятливе середовище для розвитку інноваційних фінансових інструментів.

Список використаних джерел:

1. Lee, D. K. C., Guo, L., & Wang, Y. (2018). Cryptocurrency: A New Investment Opportunity?. *The Journal of Alternative Investments*, 20(3), 16–40. URL: <https://doi.org/10.3905/jai.2018.20.3.016>
2. Schdr, F. (2021). Decentralized Finance: On Blockchain– and Smart Contract–Based Financial Markets. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, Second Quarter 2021, 103(2), 153–174. URL: <https://doi.org/10.20955/r.103.153–74>
3. Catalini, C., & Gans, J. S. (2018). Initial Coin Offerings and the Value of Crypto Tokens. MIT Sloan School Working Paper. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3137213
4. OECD. (2020). The Tokenisation of Assets and Potential Implications for Financial Markets. OECD iLibrary. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/the-tokenisation-of-assets-and-potential-implications-for-financial-markets_83493d34-en
5. Federal Reserve. (2023). Tokenization: Overview and Financial Stability Implications. URL: <https://www.federalreserve.gov/econres/feds/files/2023060pap.pdf>
6. McKinsey & Company. (2022). Tokenized Financial Assets: Moving from Pilot to Scale. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/from-ripples-to-waves-the-transformational-power-of-tokenizing-assets>
7. Обушний С., Віровець Д., Житар М., Жданова Ю. (2023). Unlocking the Economic Potential of Real Estate Tokenization in Ukraine. CEUR Workshop Proceedings. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-3665/short3.pdf>
8. Пестовська З. С. (2022). Токенизація економіки України: мрія чи реальність. *Академічний огляд*, 1(56), 24–34. URL: <https://doi.org/10.32342/2074–5354–2022–1–56–3>
9. Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication. (2022). SWIFT Connecting digital islands: Tokenised assets. URL: <https://subscriber.politicopro.com/f/?id=00000183–a8b4–d824–a1d7–afbc25040000>
10. European Commission. (2022). Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Markets in Crypto-assets (MiCA). URL:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020PC0593>

References:

1. Lee, D. K. C., Guo, L., & Wang, Y. (2018). Cryptocurrency: A New Investment Opportunity?. *The Journal of Alternative Investments*, 20(3), 16–40. URL: <https://doi.org/10.3905/jai.2018.20.3.016>
2. Schdr, F. (2021). Decentralized Finance: On Blockchain- and Smart Contract-Based Financial Markets. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, Second Quarter 2021, 103(2), 153–174. URL: <https://doi.org/10.20955/r.103.153-74>
3. Catalini, C., & Gans, J. S. (2018). Initial Coin Offerings and the Value of Crypto Tokens. MIT Sloan School Working Paper. URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3137213
4. OECD. (2020). The Tokenisation of Assets and Potential Implications for Financial Markets. OECD iLibrary. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/the-tokenisation-of-assets-and-potential-implications-for-financial-markets_83493d34-en
5. Federal Reserve. (2023). Tokenization: Overview and Financial Stability Implications. URL: <https://www.federalreserve.gov/econres/feds/files/2023060pap.pdf>
6. McKinsey & Company. (2022). Tokenized Financial Assets: Moving from Pilot to Scale. URL: [\[sights/from-ripples-to-waves-the-transformational-power-of-tokenizing-assets\]\(https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020PC0593\)](https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-in-

</div>
<div data-bbox=)

7. Obushnyi S., Virovets D., Zhytar M., Zhdanova Yu. (2023). Unlocking the Economic Potential of Real Estate Tokenization in Ukraine. *CEUR Workshop Proceedings*. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-3665/short3.pdf>
8. Pestovska Z. S. (2022). Tokenizatsiia ekonomiky Ukrainy: mriia chy realnist. *Akademichniy ohliad*, 1(56), 24–34. URL: <https://doi.org/10.32342/2074-5354-2022-1-56-3>
9. Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication. (2022). SWIFT Connecting digital islands: Tokenised assets. URL: <https://subscriber.politicopro.com/f/?id=00000183-a8b4-d824-a1d7-afbc25040000>
10. European Commission. (2022). Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on Markets in Crypto-assets (MiCA). URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020PC0593>

Дані про автора

Пацан Михайло,

аспірант, Державний податковий університет
e-mail: michaelpatsan@gmail.com

Data about author

Mykhailo Patsan,

PhD, State Tax University
e-mail: michaelpatsan@gmail.com

УДК 336.1:330.3

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13952974>

СМІРНОВ А. С.

«Зелений» перехід України: умови та рамки фінансування з бюджету Європейського Союзу

Предметом дослідження є умови та рамки фінансування відбудови України з бюджету Європейського Союзу в контексті забезпечення зеленого переходу.

Метою статті є дослідження передумов та основних конструктивних елементів для фінансування Європейським Союзом зеленої трансформації української економіки під час відбудови та відновлення країни.

Методи дослідження. При написанні наукової статті використовувалися методи дослідження, такі як спостереження, опис, аналіз, систематизація.

Результати роботи. У статті проаналізовано умови для фінансової підтримки України Європейським Союзом протягом 2024–2027 років в розрізі індикаторів здійснення країною структурних реформ з акцентуванням уваги на напрямі «Зелений» перехід. Окреслено пріоритетні сфери фінансування та компоненти таких програмних інструментів ЄС як Тематична багаторічна орієнтована програма для України (MIP) та «Ukraine Facility». На прикладі Польщі систематизовано додаткові фінансові інструменти передвступної підтримки країн-кандидатів на членство в ЄС. Запропоновано рекомендації щодо забезпечення доступу до фондів ЄС та залучення європейських інвестицій у процес повоєнного відновлення України.

Висновки. Для інтеграції України до Європейського Союзу необхідним є дотримання кліматичних стандартів і нормативних підходів ЄС, що включає адаптацію національного законодавства та впровадження екологічних індикаторів, визначених європейським кліматичним регулюванням. Це забезпечить доступ до фінансових ресурсів ЄС та сприятиме залученню іноземних інвестицій для відбудови країни. Враховуючи стратегічну важливість Європейського зеленого курсу, Україна повинна забезпечити відповідність своєї економічної політики принципам сталого розвитку, що є основою економічної трансформації в межах ЄС. При цьому важливою є координація урядом заходів щодо реалізації програми Ukraine Facility у співпраці з місцевими органами влади, бізнесом та міжнародними донорами. Водночас, у переговорах щодо членства в ЄС Україна має наполягати на забезпеченні рівноправного доступу до фінансових інструментів, співмірних з обсягами допомоги, що надавалися іншим країнам-кандидатам.

Ключові слова: індикативні асигнування, «зелений» перехід, фінансові інструменти, фінансування відбудови України, бюджетні кошти Європейського Союзу, структурні реформи.

SMIRNOV A. S.

«Green» Transition of Ukraine: Conditions and Funding Frameworks from the European Union Budget

Research Subject: The study focuses on the conditions and funding frameworks for Ukraine's reconstruction from the European Union budget in the context of ensuring a green transition.

Objective: The article aims to explore the prerequisites and main constructive elements for financing the green transformation of Ukraine's economy by the European Union during the country's reconstruction and recovery.

Research Methods: The research methods used in the article include observation, description, analysis, and systematization.

Results: The article analyzes the conditions for financial support from the European Union to Ukraine during 2024–2027 in terms of indicators for implementing structural reforms, with a focus on the «Green» transition. It outlines the priority areas for funding and the components of EU programmatic instruments such as the Multiannual Indicative Program for Ukraine (MIP) and the «Ukraine Facility». Additional pre-accession financial instruments for EU candidate countries are systematized using Poland as an example. Recommendations are provided for ensuring access to EU funds and attracting European investments in the process of Ukraine's post-war recovery.

Conclusions: For Ukraine's integration into the European Union, it is necessary to comply with EU climate standards and regulatory approaches, including the adaptation of national legislation and the implementation of environmental indicators as defined by European climate regulations. This will ensure access to EU financial resources and promote the attraction of foreign investments for the country's reconstruction. Considering the strategic importance of the European Green Deal, Ukraine must align its economic policy with sustainable development principles, which are the foundation of economic transformation within the EU. Coordination by the government is essential for the implementation of the Ukraine Facility program, in collaboration with local authorities, businesses, and international donors. At the same time, in negotiations for EU membership, Ukraine must insist on equal access to financial instruments comparable to the assistance provided to other candidate countries.

Keywords: Indicative allocations, «green» transition, financial instruments, Ukraine's reconstruction funding, European Union budget, structural reforms.

Постановка проблеми. Сьогодні наша країна переживає надзвичайно складні часи, одночасно захищаючись від агресора та забезпечуючи термінове відновлення зруйнованого. Формуючи стратегію та тактику відбудови необхідно інтегрувати у такі документи також і принципи зеленого відновлення, які базуються на міжнародному

досвіді та відповідають вимогам ключових фінансових установ і донорів. Зелений перехід має стати основним рушієм економічних перетворень, що наблизитиме Україну до відповідності європейським стандартам і сприятиме подальшій інтеграції з ЄС. Дотримання ключових регуляторних рамок та директив ЄС у сфері сталих

фінансів та зеленого відновлення, зокрема в межах Європейського зеленого курсу, є необхідним кроком на шляху до євроінтеграції та отримання фінансування з бюджету Європейського союзу. Україна має забезпечити ефективну координацію заходів щодо виконання Плану України з реалізації програми Ukraine Facility, зосереджуючись на тісній співпраці з місцевими громадами, приватним сектором та донорськими організаціями. В цьому аспекті зростає актуальність проведення досліджень, спрямованих на пошук рекомендацій щодо забезпечення доступу до фондів ЄС та залучення європейських інвестицій у процес повоєнного відновлення України, побудований на принципах «зеленого» переходу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, методологічні і практичні аспекти фінансування зеленого переходу як основного рушія економічних перетворень останніми роками набувають все більшої актуальності. Серед науковців доцільно відзначити праці таких зарубіжних учених, як Д. Барона, Д. Вальтера, С. Кірхофа, Р. Коуза, Н. Реймерса, М. Тосової. На світовому рівні дослідженнями фінансової складової зеленого переходу займаються міжнародні інституції, такі як Європейський союз, Організація об'єднаних націй, Міжнародна рада з науки. Аналізом взаємозв'язку фінансів та екологічних аспектів сталого розвитку займаються такі вітчизняні вчені, як А. Андрусевич, О. Дячук, Л. Мельник, Н. Гребнюк, Е. Івлева, Д. Кулага, О. Рябчин, О. Прокопенко, О. Попова. Незважаючи на значну кількість наукових праць, присвячених сфері сталих фінансів та зеленого відновлення, потребує ґрунтовного дослідження взаємозв'язок між ними з метою визначення рекомендацій щодо забезпечення доступу до фондів ЄС та залучення європейських інвестицій у процес повоєнного відновлення України, побудований на принципах «зеленого» переходу.

Метою статті є дослідження передумов та основних конструктивних елементів для фінансування Європейським союзом зеленої трансформації української економіки під час відбудови та відновлення країни.

Виклад основного матеріалу. З моменту повномасштабного вторгнення росії, економіка України зазнала безпрецедентних безпекових викликів. Настільки масштабних руйнувань країна не мала з часів Другої світової війни. З початку війни агресор зосередив свої зусилля на

знищенні цивільної та критичної інфраструктури, а також промислових об'єктів, що потребують значних інвестицій і часу для відновлення.

Через безпосередню загрозу війни багато підприємств припинили роботу або втратили доступ до ринків збуту та сировини. Конфлікт спричинив масову міграцію та переміщення 11–12 мільйонів українців. Жодна галузь не залишилася осторонь впливу агресії російської федерації. У результаті відбулася глибока трансформація не лише міжгалузевих зв'язків, а й структури економіки в цілому.

Як зазначено у Національній стратегії доходів до 2030 року, затвердженій Розпорядженням КМУ від 27 грудня 2023 р. № 1218–р, на сьогодні неможливо точно обрахувати обсяги допомоги, кредитів та інвестицій, необхідних для відновлення країни, оскільки внаслідок постійних терористичних атак на об'єкти інфраструктури та виробництва втрати та руйнування щоденно зростають і становлять вже сотні мільярдів доларів США, а найбільше постраждали сектори житлового будівництва, транспорту, енергетики, торгівлі та промисловості. Проте така оцінка є неостаточною, надалі з отриманням нових даних та у міру декупатції територій України розміри завданих шкоди та збитків можуть суттєво зрости [11].

Це серйозні виклики як для нашої країни, так і для партнерів, які підтримують Україну, виклики, які можуть і мають бути перетворені на можливості. Надзвичайно важливо вже зараз спроектувати та закласти основні конструктивні елементи для відновлення основ вільної та процвітаючої держави, остаточно спрямованої на європейські цінності та надійно інтегрованої в європейську та світову економіку, а також для забезпечення її стійкого просування європейським шляхом.

При цьому під час обговорення потреб і напрямів відбудови на порядку денному все частіше з'являються такі терміни, як «зелений курс» та «зелене відновлення» України, що є цілком логічним, враховуючи амбіційні плани Європейського союзу (далі – ЄС) у питаннях боротьби із зміною клімату. Інвестиції не повинні спрямовуватися на довоєнну українську економічну модель. Адже вона характеризувалася низькою енергоефективністю, високим рівнем викидів парникових газів і виснаженням природного капіталу.

Хоча зміна клімату тісно пов'язана із забрудненням довкілля, ці питання останніми роками розглядаються окремо через їх специфіку. За-

бруднення довкілля має місцевий характер і негативно впливає на здоров'я населення, але його можна вирішити за допомогою фільтрів, очисних споруд або зменшення використання певних компонентів у виробництві.

Зміни клімату, спричинені викидами парникових газів, мають глобальний характер і впливають на підвищення температури незалежно від місця їх виникнення. Ці викиди не можуть бути легко усунуті фільтрами, а їхнє скорочення потребує глибоких змін у ключових секторах економіки, таких як енергетика, промисловість та сільське господарство. Через ці відмінності повноваження щодо клімату та довкілля в урядах і компаніях часто розподіляються між різними міністерствами, з тенденцією об'єднання кліматичної політики з енергетикою та економікою.

На міжнародному рівні питання зміни клімату регулюються Рамковою конвенцією ООН про зміну клімату (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC), яка об'єднує 196 країн, включаючи Україну. Щорічно сторони зустрічаються на Конференції сторін, щоб узгодити спільні дії та визначити подальші кроки щодо обмеження зростання глобальних температур.

У межах Рамкової конвенції у 1997 році було підписано Кіотський протокол – міжнародну угоду, яка зобов'язувала розвинені країни та країни з перехідною економікою скоротити викиди парникових газів. Протокол діяв до 2020 року, і для досягнення його цілей країни могли не лише скорочувати викиди на своїй території, а й купувати квоти на скорочення викидів в інших країнах, що призвело до створення міжнародного ринку торгівлі викидами.

Цей договір часто звинувачували у неефективності, адже дві країни, які продукують найбільше парникових викидів – Китай та США – не були його частиною. Перший не мав зобов'язань як країна, що розвивається. Другі ж відмовилися від участі, аргументуючи це в основному відсутністю зобов'язань Китаю.

Тож на заміну Кіотському протоколу з'явилася Паризька угода, яку підписали 195 країн та ратифікували станом на вересень 2022 вже 194 країни [6].

Паризька угода виступає як контекст для кліматичних дій, а не сама дія. Її головна мета полягає у колективно узгодженій цілі – підтримці глобального потепління на рівні до 1,5°C, що зобов'язує країни розробляти національні кліматичні плани.

Більшість країн вже виконали це зобов'язання, а деякі навіть посилили свої плани з 2015 року.

Крім того, Паризька угода створює інфраструктуру для колективної звітності та моніторингу національних планів за загальними показниками, що дозволяє оцінити, наскільки зобов'язання країн сприяють досягненню загальної мети. Вона також передбачає розробку глобального ринку вуглецю та мобілізацію фінансування для підтримки країн Глобального Півдня.

Паризька угода підкреслює те, що розвинені країни мають відігравати провідну роль у мобілізації коштів для підтримки найбільш уразливих держав. При цьому інші країни також закликаються до надання відповідної фінансової допомоги. Кліматичне фінансування необхідно для пом'якшення наслідків зміни клімату, бо для значного зниження емісії необхідні масштабні інвестиції. Кліматичне фінансування також важливе в контексті адаптації, оскільки пристосування до клімату, що змінюється, вимагає значних фінансових ресурсів [10].

Це цілком справедливо по відношенню до України, оскільки окрім застарілих технологій значну шкоду клімату завдають військові наслідки, а отже потреба у фінансуванні зеленого підприємництва подвоюється.

ЄС у рамках Східного партнерства й Енергетичного співтовариства просував реформи у сфері екології, а також двосторонню екологічну модернізацію України ще до початку повномасштабного вторгнення росії, але сьогодні є всі підстави вести мову про необхідність посиленої підтримки України усіма наявними інструментами та механізмами ЄС, що станом на сьогодні реалізовано не в повній мірі.

Так, у ЄС діють тематичні багаторічні орієнтовні програми (MIPs), зокрема, на період 2021–2027 роки ЄС для кожної країни-партнера та регіону визначав пріоритетні напрями та конкретні цілі. Дані програми містять індикативні фінансові розподіли, а також результати та індикатори (з базовими показниками та цілями) для оцінки ефективності втручання ЄС.

MIP для України ґрунтувалася на консенсусі, який виник в результаті консультацій на місцях, що проводились з жовтня 2020 року по лютий 2021 року із урядом України, державами-членами ЄС, Організацією Об'єднаних Націй (ООН), громадянським суспільством, Європейським інвестиційним банком (ЄІБ) та іншими міжнародними фінансовими інституціями (МФІ), а також

ключовими двосторонніми донорами. Вона також спиралася на широкі структуровані консультації щодо майбутнього Східного партнерства, які тривали до березня 2020 року. Ці пріоритети консолідують та розвивають роботу, проведеному в рамках спеціальних заходів, прийнятих у 2014–2017 роках, а також Єдиного рамкового документа підтримки ЄС для України (SSF 2018–2020), і сприяють досягненню довгострокових цілей політики Східного партнерства.

Хоча тривалість МІР становить сім років, індикативні асигнування для України та для кожного з пріоритетних напрямів та визначені заходи підтримки були надані лише для періоду 2021–2024 років (таблиця 1). Орієнтовні асигнування на 2025–2027 рр., а також можлива модифікація інших суттєвих елементів цієї МІР повинна була проведена за умови рішення ЄС, якому б передувала перевірка виконання першого періоду програми.

Як видно з даних таблиці 1, бюджет МІР для України на 2021–2024 роки становив 640 мільйонів євро. На реалізацію зазначених реформ Україна у 2021 році отримала 141 мільйон євро, проте вже навесні 2022 року ці кошти були перенаправлені на Програму ЄС з екстреної підтримки України внаслідок російської збройної агресії. У 2023 році на цілі МІР для України ЄС виділив 585 млн євро. Загальний же передбачений бюджет до 2027 року – 2,6 млрд євро, однак 923 млн євро в рамках першого періоду та другий період програми не буде профінансовано через запровадження нового інструменту фінансування відновлення, відбудови та модернізації України – Ukraine Facility [13].

Так, у червні 2023 року в рамках міжнародної Конференції з питань відновлення України (Ukraine Recovery Conference 2023), яка проходила у Лондоні і стала продовженням циклу щорічних заходів, український Уряд, бізнес та міжнародні партнери України представили стра-

тегічне бачення відбудови країни за принципом «build back better», що передбачає впровадження найкращих практик в інженерії, будівництві, залученні приватного сектору, підзвітність використання ресурсів та відновлення економіки на шляху України до членства в ЄС та НАТО.

Конференція об'єднала лідерів, міністрів і представників 59-ти держав, 32 міжнародних організацій та Міжнародних фінансових організацій, більше 500 компаній та 130 організацій громадянського суспільства.

Обговорення фокусувалися на тому, як приватний сектор може відіграти провідну роль, застосовуючи свій досвід і підтримуючи відновлення України за умови продовження Україною курсу впровадження амбітної програми реформ, пошуків інструментарію підтримки інвестицій та зменшення ризиків [1].

Вже на початку лютого 2024 року Європейська рада підтримала створення Українського фонду в обсязі 50 мільярдів євро в багаторічному бюджеті ЄС на 2024–2027 роки, а наприкінці лютого було ухвалено остаточне рішення про започаткування проекту фінансування Ukraine Facility.

Однією з умов здійснення цих виплат було представлення Україною національного плану відбудови та реформ, які сприятимуть демократичному розвитку країни та її наближенню до членства в ЄС.

18 березня 2024 року Кабінет Міністрів України затвердив План для Ukraine Facility, як основи для реалізації програми фінансової підтримки України від Європейського Союзу протягом 2024–2027 років, який був надісланий на оцінку Європейській комісії та затвердження комітетом країн-членів ЄС, що відбулося 14 травня 2024 року, після чого програма Ukraine Facility остаточно набрала чинності.

Загалом План для Ukraine Facility включає понад 150 індикаторів за 69 напрямками реформ,

Таблиця 1 Основні пріоритети для України (МІР 2021–2027 рр.), млн євро [12, с. 34]

Стійка, розвинута відповідно до принципів сталого розвитку та інтегрована економіка	224	35 %
Підзвітні інституції, верховенство права та безпека	128	20 %
Екологічна та кліматична стійкість	96	15 %
Стійка цифрова трансформація	64	10 %
Стійке, гендерно-рівноправне, справедливе та інклюзивне суспільство	96	15 %
Підтримуючі заходи	32	5 %
Загальна сума для першого періоду 2021–2024	640	100%
Разом орієнтовна сума за другий період 2025–2027	x	

виконання яких заплановане на період до 2027 року, і передбачає здійснення структурних реформ в державному секторі, проведення низки економічних реформ, спрямованих на розвиток бізнес-клімату та підприємництва, а також кроки для розвитку пріоритетних секторів, що можуть забезпечити швидке економічне зростання [2].

Інструмент «Ukraine Facility» організовано навколо трьох компонентів:

Компонент 1: Пряма фінансова підтримка України. Якщо умови, викладені в Плані для Ukraine Facility, будуть визнані виконаними, ЄС надасть Україні фінансову підтримку в обсязі понад 38 мільярдів євро протягом 2024–2027 років шляхом поєднання кредитів (до 33 мільярдів євро) і грантів.

Компонент 2: Особлива рамкова інвестиційна програма для України. Планується запровадити особливу рамкову інвестиційну програму для розширення інвестицій у відновлення й відбудову України, що дозволить інвесторам скористатися бюджетними гарантіями ЄС та поєднанням грантів і кредитів від публічних та приватних інституцій, що зробить інвестування в Україну привабливішим.

Рамкова інвестиційна програма України має 9,3 млрд євро у вигляді гарантій та грантів. Очікується, що протягом наступних років вона мобілізує до 40 мільярдів євро публічних і приватних інвестицій в Україну.

Компонент 3: Допомога для вступу до ЄС. Інструмент «Ukraine Facility» запровадить нові заходи підтримки, щоб допомогти Україні здійснити узгодження із законодавством ЄС і провести реформи, необхідні на її шляху вступу до ЄС. Технічна допомога буде надана державним органам на національному, регіональному й місцевому рівнях, а також організаціям громадянського суспільства [15].

Україна в частині консолідації своїх можливостей, реалізації реформ, виконання зобов'язань перевершила очікування, на чому неодноразово наголошували партнери. Утім, фінансування на наступні роки поки що не можна назвати визначеним, тому постійна робота з міжнародними партнерами триває. Україні критично важливо отримати у 2025 та 2026 роках щонайменше \$31 млрд та \$21 млрд відповідно [3].

Тому виконання заходів Плану для Ukraine Facility є завданням першочергової важливості як з точки зору отримання фінансової підтримки, так і задля створення основи для прискорен-

ня економічного відновлення та зміцнення інституційної спроможності.

Реформи у Плані для Ukraine Facility розділені на 3 основні блоки: базові реформи, економічні реформи, а також ключові сектори. План також має 3 наскрізні напрями, окремі заходи щодо яких передбачені в усіх розділах. Це «зелений» перехід, цифрова трансформація та європейська інтеграція [4].

Отже, серед цілей нового фінансового інструмента визначено зелений перехід як економічну сферу, яка має наповнитися конкретними бізнес-проектами, що забезпечать відновлення та збереження природних ресурсів, розбудову циркулярної економіки та запобігання промисловим забрудненням [14, с. 24].

Також серед основних принципів зазначається, що фінансування в рамках цього інструмента ЄС має робити внесок у боротьбу зі зміною клімату та керуватись сталим підходом, що лежить в основі Європейського зеленого курсу – дороговказу перетворення Європи до 2050 року на перший кліматично-нейтральний континент, тобто місце, де усі викиди парникових газів, спричинені людською діяльністю, поглинатимуться екосистемами та технологіями уловлювання і зберігання вуглецю.

Для цього у ЄС був розроблений План дій до 2030 року для різних напрямів, зокрема: чиста, безпечна і доступна енергія, перехід до циркулярної економіки, енергоефективне будівництво та реконструкція, сталий та «розумний» транспорт, збереження та відновлення біорізноманіття, «Від ферми до виделки»: справедлива, здорова та екологічна система продовольства, нульове забруднення довкілля, посилення кліматичних амбіцій [7].

Також у межах Європейського зеленого курсу Європейський Союз започаткував ініціативу «Новий європейський Баухауз», спрямовану на інтеграцію принципів сталого розвитку, естетики та інклюзивності з метою підвищення якості життя громадян країн-членів ЄС. Ця ініціатива передбачає трансформацію підходів до планування міст і територій, спрямовану на досягнення сталого, вуглецевонейтрального та високотехнологічного розвитку. Ключовим завданням є зміна поведінкових установок для гармонійного поєднання міського розвитку з охороною довкілля. Ідея цієї ініціативи бере свій початок від архітектурної школи Баухауз, яка діяла в Німеччині у 1919–1934 роках і заклала основи європей-

ського функціоналізму та концептуального підходу до міської архітектури [8].

Європейський Союз впроваджує програму у три етапи. На першому етапі було розроблено ключові засади, підходи та сформовано основу руху. Другий етап включає реалізацію пілотних проектів у різних державах-членах ЄС. Третій етап передбачає розповсюдження ідей, оскільки ініціатива «Новий європейський Баухауз» прагне розширити свій вплив за межі Європи. Особливий акцент робиться на Україні, яка виступає не лише майданчиком для масштабного відновлення, але й зоною для широкого впровадження інновацій, де існує можливість заново вибудувати багато структурних зв'язків у містах [9]. Принципи, які закладено в Новий європейський Баухауз, було інтегровано в оновлену Державну стратегію регіонального розвитку за 2021–2027 роки, де враховано ключові виклики відновлення та євроінтеграційні процеси.

Отже, ЄС вбачає зелений компонент ключовим та зазначає, що відновлення України полягає не лише у відбудові зруйнованого, а має бути сталим, стійким, відповідати принципу «не завдавати шкоди», принципу «не залишати нікого позаду», визначеного на рівні ООН, враховувати підходи ініціативи ЄС «Новий європейський Баухауз», згідно з якою простори, в яких мешкають люди, мають бути сталими з точки зору клімату, забруднення, циркулярності, впливу на біорізноманіття, а також естетичними, інклюзивними та доступними [5, с. 30].

Це є справжнім викликом, оскільки лише у рамках розділу 15 Плану для Ukraine Facility «Зелений перехід та охорона довкілля», за реалізацію якого відповідає Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України, передбачено впровадження шести реформ протягом 2024–2026 років, зокрема: протидія промислового забрудненню, курс на кліматичну нейтральність, ринок квот на шкідливі викиди, протидія незаконній вирубці лісів, управління відходами та відхід від ресурсної економіки, оцінки впливу на довкілля та стратегічна екологічна оцінка.

Паралельно необхідно врахувати і екологічну складову переговорного процесу про вступ України до ЄС, а саме розділ 27 «Довкілля та зміна клімату». Розбудова зеленої економіки в Україні є основою Угоди про Асоціацію з ЄС (ст. 360), а Додатки до Угоди (зокрема XXX та XXI) містять перелік відповідних Директив та Регляторних Актів, якими регламентується перехід

до зеленої економіки. За оцінками Європейської комісії, цей напрям є кроссекторальним, а отже одним з найскладніших. За результатами національного селф-скринінгу було визначено необхідність імплементації понад 900 директив та актів права ЄС у вітчизняне законодавство [16].

На нашу думку, План для Ukraine Facility є надзвичайною подією, яка визначатиме вектор руху країни у найближчому майбутньому. Однак фінансування в рамках інструменту Ukraine Facility не є безумовним, а напряму залежить від того, як Україна досягатиме прогресу у виконанні Плану, у т. ч. на шляху зеленого переходу.

Європейська комісія та Україна повинні будуть захистити фінансові інтереси ЄС, запобігаючи шахрайству, корупції та конфліктам інтересів. Спеціальна аудиторська рада допомагатиме Комісії, регулярно звітуючи про кошти, витрачені на досягнення цілей інструмента «Ukraine Facility».

Крім того Європейська рада, на підставі звіту Єврокомісії, може щорічно проводити дебати щодо реалізації інструмента «Ukraine Facility». Якщо буде потрібно, Європейська рада за два роки запропонує Комісії внести пропозицію про перегляд інструмента «Ukraine Facility» в контексті нового довгострокового бюджету ЄС. Також не менш ніж раз на чотири місяці відбуватиметься регулярний діалог з Європейським парламентом щодо інструмента «Ukraine Facility» [15].

Збереження лінії фінансування щодо інструмента «Ukraine Facility», а також набуття права на підтримку іншим доступним для ЄС фінансовим інструментарієм ґрунтуватиметься на синергії дій держави, приватного бізнесу та суспільства, а урядовий План дає змогу відстежувати стратегічний шлях України. Але, на нашу думку, назріла потреба у більш вертикальній координації в Україні на субнаціональному рівні. Зокрема, з нашої точки зору, децентралізація і надання прав місцевим громадам є дуже важливими у багатьох сенсах, оскільки дозволить швидше досягти цілей Зеленого переходу. Це дасть змогу ініціювати перед ЄС надання додаткових механізмів підтримки України на шляху до ЄС.

Наприклад, з 1989 року в ЄС діють спеціальні інструменти допомоги на етапі перед набуттям членства, відомі як передвступні програми. Основною метою цих програм є сприяння реструктуризації найбільш проблемних секторів та регіонів у відповідності до вимог і стандартів ЄС.

Передвступні програми виступають платформою для навчання, де органи місцевого самоврядування, громадянське суспільство та бізнес отримують необхідні навички для використання коштів з фондів ЄС. Такі програми вимагають від учасників не лише фінансового внеску, але й швидкого освоєння сучасних управлінських компетенцій.

Показовим прикладом ефективності передвступних програм є досвід Польщі, яка мала доступ до трьох основних програм, в рамках яких отримала допомогу на суму 5,8 млрд євро:

Програма PHARE (Polish Hungary Assistance for Restructuring their Economies) функціонувала з 1990 по 2006 рік, протягом якого Польща отримала приблизно 4 млрд євро. Кошти були надані у вигляді безповоротних грантів та спрямовані на розвиток інфраструктури, приватного сектору, підтримку підприємств, захист довкілля, реформування державного управління, а також на підвищення рівня соціального захисту та зайнятості населення.

Програма SAPARD (Special Accession Program for Agriculture and Rural Development) надавала Польщі щорічно 170 млн євро з 2000 по 2006 рік. Ці кошти були призначені для модернізації сільськогосподарських підприємств, переробки агропродовольчої продукції та розвитку інфраструктури сільських територій.

Програма ISPA (Instrument for Structural Policies for Pre-Accession) з 1990 по 2003 роки забезпечила Польщу 600 млн євро для реалізації великих інвестиційних проєктів у сфері розвитку інфраструктури, охорони довкілля та транспортних мереж.

Починаючи з 2007 року, Європейська комісія надала фінансування через Інструмент передвступної підтримки (Instrument for Pre-Accession Assistance, IPA). Бюджет цього інструменту становив 11,5 млрд євро у 2007–2013 роках, 12,8 млрд євро у 2014–2020 роках і майже 14,2 млрд євро у 2021–2027 роках. Серед країн-отримувачів фінансування були Албанія, Боснія і Герцеговина, Косово, Чорногорія, Північна Македонія, Сербія та Туреччина. Однак, Україна, яка з червня 2022 року має статус кандидата на вступ до ЄС, не включена до цього переліку, що потребує коригування. [13].

Висновки

Мета України щодо повної інтеграції до Європейського Союзу передбачає необхідність дотри-

мання його кліматичних норм і підходів. У контексті повоєнного відновлення України важливо не лише зрозуміти шлях, який пройшов ЄС у розвитку своєї кліматичної політики з 2000 року, та що означає стати частиною найамбітнішого в кліматичному плані союзу країн, але й відповідати вимогам, критеріям та запроваджувати зелені показники, передбачені європейським кліматичним регулюванням. Це відкриє доступ до фондів ЄС і сприятиме залученню європейських інвестицій у процес відновлення. Розуміння цієї специфіки є важливим через те, що, по-перше, Європейський зелений курс слугує економічною парадигмою для зеленої трансформації української економіки; а по-друге, кліматична політика ЄС є наскрізною, визначаючи, на що виділяються бюджетні кошти Європейського Союзу, а також у які проєкти інвестує фінансовий сектор і приватні компанії ЄС.

Тому, українська сторона в переговорах щодо членства в ЄС повинна акцентувати не лише на готовності імплементувати екологічні та кліматичні політики і регламенти, але й на необхідності забезпечення доступу до фінансових інструментів, які, принаймні, мають бути співмірними з розмірами допомоги, наданої іншим країнам. А зі свого боку Україна гарантуватиме належну координацію заходів щодо виконання Плану України для реалізації програми Ukraine Facility у тісній взаємодії з місцевими громадами, приватним бізнесом та донорською спільнотою.

Список використаних джерел:

1. Матеріали міжнародної Конференції з питань відновлення України (URC 2023). URL: <https://ua.unc-international.com/unc-2023> (дата звернення 10.08.2024).

2. Уряд затвердив План для реалізації програми Ukraine Facility. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-zatverdyv-plan-dlia-realizatsii-prohramy-ukraine-facility> (дата звернення: 07.08.2024).

3. Пишний А. Українська економіка долає виклики війни. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3892921-ukrainska-ekonomika-dolae-vikliki-vijni.html> (дата звернення: 12.08.2024).

4. Програма фінансової підтримки України від Європейського Союзу. URL: <https://www.ukrainefacility.me.gov.ua/> (дата звернення: 04.08.2024).

5. Кулага Д, Рябчин О. Зелене відновлення України: 2023 керівні принципи та інструменти для тих,

хто ухвалює. URL: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-04/undp-ua-green-recovery-ukr.pdf> (дата звернення: 29.07.2024).

6. Хмарна О. Політика vs. зміна клімату. Екодія. URL: <https://ecoaction.org.ua/polityka-vs-zmina-klimatu.html> (дата звернення: 02.08.2024).

7. Європейський зелений курс. Екодія. URL: <https://ecoaction.org.ua/ievropejskyj-zelenyj-kurs.html> (дата звернення: 02.08.2024).

8. Нессонова О. Новий європейський Баухауз: можливості для України. Українська енергетика. URL: <https://ua-energy.org/uk/posts/novy-ievropejskyi-baukhauz-mozhlyvosti-dlia-ukrainy> (дата звернення: 09.08.2024).

9. «Новий європейський Баухауз» Премії 2024 року. Посібник для заявників. URL: https://prizes.new-european-bauhaus.europa.eu/sites/default/files/2023-09/UKR_1.pdf (дата звернення: 09.08.2024).

10. Гофманн М. Паризька угода працює так, як планувалося, але нам ще далеко. Міжнародна наукова рада. URL: <https://uk.council.science/blog/the-paris-agreement-is-working-as-intended-but-weve-still-got-a-long-way-to-go/> (дата звернення: 02.08.2024).

11. Про схвалення Національної стратегії доходів до 2030 року: розпорядження Кабінету міністрів України від 27.12.2023 р. № 1218-р. Офіційний вісник України. 2024 р., № 11, стор. 361, стаття 722, код акта 122600/2024.

12. Multi-annual Indicative Programme (MIP) 2021-2027 for Ukraine. URL: https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/system/files/2022-01/C_2021_9351_F1_ANNEX_EN_V2_P1_1618650.PDF (дата звернення: 09.08.2024).

13. Бойко О. Фінансування для України: чому ми втрачаємо понад 4,5 млрд євро на «зелену» трансформацію економіки. European Business Association. URL: <https://eba.com.ua/finansuvannya-dlya-ukrainy-chomu-my-vtrachayemo-ponad-4-5-mlrd-yevro-na-zelenu-transformatsiyu-ekonomiku/> (дата звернення: 03.08.2024).

14. План для Ukraine Facility: задачі та зміст. URL: <https://www.ukrainefacility.me.gov.ua/wp-content/uploads/2024/03/plan-dlya-ukraine-facility-prezentatsiya.pdf> (дата звернення: 03.08.2024).

15. Інструмент «Ukraine Facility»: підтримка відновлення та відбудови України на шляху до членства в ЄС. URL: https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu-assistance-ukraine/ukraine-facility_uk (дата звернення: 03.08.2024).

16. Руслан Стрілець розповів про довкілліве реформи як складову переговорного процесу щодо членства України у ЄС. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://mep.gov.ua/ruslan-strilets-rozpoviv-pro-dovkillyevi-reformy-yak-skladovu-peregovornogo-protsesu-shhodo-chlenstva-ukrainy-u-yes/> (дата звернення: 05.08.2024).

References:

1. Materialy mizhnarodnoyi Konferentsiyu z rytan, vidnovlennya Ukrayiny (URC 2023). URL: <https://ua.unc-international.com/urc-2023> (дата звернення: 10.08.2024).

2. Uryad zatverdvy Plan dlya realizatsiyi prohramy Ukraine Facility. Uryadovyy portal. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/uriad-zatverdvy-plan-dlia-realizatsii-prohramy-ukraine-facility> (дата звернення: 07.08.2024).

3. Pyshnyy A. Ukrayinska ekonomika dolaye vyklyky vyny. Ukrinform. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3892921-ukrainska-ekonomika-dolae-viklyki-vijni.html> (дата звернення: 12.08.2024).

4. Prohrama finansovoyi pidtrymky Ukrayiny vid Yevropeyskoho Soyuzu. URL: <https://www.ukrainefacility.me.gov.ua/> (дата звернення: 04.08.2024).

5. Kulaha D, Ryabchyn O. Zelene vidnovlennya Ukrayiny: 2023 kerivni pryntsypy ta instrumenty dlya tykh, khto ukhvalyuye. URL: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-04/undp-ua-green-recovery-ukr.pdf> (дата звернення: 29.07.2024).

6. Khmarna O. Polityka vs. zmina klimatu. Ekodiya. URL: <https://ecoaction.org.ua/polityka-vs-zmina-klimatu.html> (дата звернення: 02.08.2024).

7. Yevropeyskyi zeleny kurs. Ekodiya. URL: <https://ecoaction.org.ua/ievropejskyj-zelenyj-kurs.html> (дата звернення: 02.08.2024).

8. Nessonova O. Novyy yevropeyskyi Baukhauz: mozhlyvosti dlya Ukrayiny. Ukrayinska enerhetyka. URL: <https://ua-energy.org/uk/posts/novy-ievropejskyi-baukhauz-mozhlyvosti-dlia-ukrainy> (дата звернення: 09.08.2024).

9. «Novyy yevropeyskyi Baukhauz» Premiyi 2024 roku. Posibnyk dlya zayavnykiv. URL: https://prizes.new-european-bauhaus.europa.eu/sites/default/files/2023-09/UKR_1.pdf (дата звернення: 09.08.2024).

10. Hofmann M. Paryzka uhoda pratsuyeye tak, yak planuvalosya, ale nam shche daleko. Mizhnarodna naukova rada. URL: <https://uk.council.science/blog/the-paris-agreement-is-working-as-intended-but-weve-still-got-a-long-way-to-go/> (дата звернення: 02.08.2024).

11. Pro skhvalennya Natsional, noyi stratehiyi dokhodiv do 2030 roku: rozporядzhennya Kabinetu ministriv Ukrayiny vid 27.12.2023 r. № 1218–r. Ofitsiynyy visnyk Ukrayiny. 2024 r., № 11, stor. 361, stattyа 722, kod akta 122600/2024.

12. Multi-annual Indicative Programme (MIP) 2021–2027 for Ukraine. URL: https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/system/files/2022-01/C_2021_9351_F1_ANNEX_EN_V2_P1_1618650.PDF (data zvernennya: 09.08.2024).

13. Boyko O. Finansuvannya dlya Ukrayiny: chomu my vtrachayemo ponad 4,5 mlrd yevro na «zelenu» transformatsiyu ekonomiky. European Business Association. URL: <https://eba.com.ua/finansuvannya-dlya-ukrayiny-chomu-my-vtrachayemo-ponad-4-5-mlrd-yevro-na-zelenu-transformatsiyu-ekonomiky/> (data zvernennya: 03.08.2024).

14. Plan dlya Ukraine Facility: zadachi ta zmist. URL: <https://www.ukrainefacility.me.gov.ua/wp-content/uploads/2024/03/plan-dlya-ukraine-facility-prezentaciya.pdf> (data zvernennya: 03.08.2024).

15. Instrument «Ukraine Facility»: pidtrymka vidnovlennya ta vidbudovy Ukrayiny na shlyakhu do chlenstva v YeS. URL: https://eu-solidarity-ukraine.ec.europa.eu/eu-assistance-ukraine/ukraine-facility_uk (data zvernennya: 03.08.2024).

16. Ruslan Strilets, rozpoviv pro dovkillyevi reformy yak skladovu perehovornoho protsesu shchodo chlenstva Ukrayiny u YeS. Ministerstvo zakhystu dovkillya ta pryrodnykh resursiv Ukrayiny. URL: <https://mepr.gov.ua/ruslan-strilets-rozpoviv-pro-dovkillyevi-reformy-yak-skladovu-peregovornogo-protsesu-shchodo-chlenstva-ukrayiny-u-yes/> (data zvernennya: 05.08.2024).

Дані про автора

Смірнов Артем Сергійович,

провідний фахівець навчальної лабораторії фінансових розслідувань Навчально-наукового інституту економічної безпеки та митної справи Державного податкового університету

ORCID 0009-0008-4093-3557

e-mail: smirnov-a-s@ukr.net

Data about the author

Artem Smirnov,

Lead Specialist at the Educational Laboratory of Financial Investigations Educational and Scientific Institute of Economic Security and Customs Affairs State Tax University

ORCID: 0009-0008-4093-3557

e-mail: smirnov-a-s@ukr.net

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

УДК 330:332

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13952987>

ШАЦЬКА З. Я.
КОЗЛОВЕЦЬ М. М.

Сучасний стан та перспективи розвитку іноземних інвестицій в Україні під час війни

Предметом дослідження є теоретичні та методичні основи іноземного інвестування в Україні.

Метою дослідження є дослідження стану іноземного інвестування під час війни в Україні та розробка напрямів інвестування для післявоєнного відновлення держави.

Методи дослідження. При написанні статті використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження економічних явищ і процесів щодо іноземного інвестування в Україні.

Результати роботи. З'ясовано, що залучення іноземних інвестицій є одним з найважливіших аспектів економічної стійкості держави. Доведено, що незважаючи на війну, Україна продовжує залучати інвестиції, однак їх обсяги знижуються. Узагальнено виклики, з якими стикаються іноземні інвестори, до яких віднесено: безпека здійснення бізнесу, логістичні проблеми, нестабільність вітчизняного законодавства, відтік капіталу, пошкодження виробничих потужностей та інфраструктури вітчизняних підприємств. Визначено сектори економіки України, що мають потенціал для іноземного інвестування, до яких віднесено: енергетику, інфраструктуру, агропромисловий комплекс, ІТ-сектор, виробництво. Узагальнено напрями інвестування в економіку України за секторами промисловості за період 2022–2024 р.р. Визначено можливі напрями для залучення іноземних інвестицій після завершення війни, які можуть бути спрямованими на: реконструкцію та відбудову держави, відновлення енергетичної безпеки, аграрний сектор, ІТ-сектор. Узагальнено перспективні галузі економіки для післявоєнного інвестування України до яких віднесено: агросектор, будівництво, транспорт і логістика, переробна промисловість, оптова і роздрібна торгівля, HoReCa, медицина і соціальна допомога, ІТ та телекомунікації, електро- та тепlopостачання.

Галузь застосування результатів. Економіка підприємства, національна економіка.

Висновки. Іноземне інвестування є одним з перспективних напрямів післявоєнного відновлення промисловості України. Незважаючи на значні виклики, Україна має великий потенціал для залучення іноземних інвестицій.

Ключові слова: іноземні інвестиції, Україна, війна, економіка, відновлення, інвестиційний клімат, перспективи.

Current state and development prospects of foreign investments in Ukraine during the war

The subject of the study is the theoretical and methodical foundations of foreign investment in Ukraine.

The purpose of the study is to investigate the state of foreign investment during the war in Ukraine and to develop investment directions for the post-war reconstruction of the state.

Research methods. When writing the article, general scientific and special research methods of economic phenomena and processes related to foreign investment in Ukraine were used.

Work results. It was found that the attraction of foreign investments is one of the most important aspects of the economic stability of the state. It has been proven that despite the war, Ukraine continues to attract investments, but their volumes are decreasing. The challenges faced by foreign investors are summarized, including: security of doing business, logistical problems, instability of domestic legislation, capital outflow, damage to production facilities and infrastructure of domestic enterprises. Sectors of Ukraine's economy with potential for foreign investment have been identified, including: energy; infrastructure, agro-industrial complex, IT sector, production. The directions of investment in the economy of Ukraine by industry sector for the period 2022–2024 are summarized. Possible directions for attracting foreign investments after the end of the war have been determined, which can be aimed at: reconstruction and reconstruction of the state, restoration of energy security, agrarian sector, IT sector. Prospective sectors of the economy for post-war investment in Ukraine are summarized, including: agricultural sector, construction, transport and logistics, processing industry, wholesale and retail trade, HoReCa, medicine and social assistance, IT and telecommunications, electricity and heat supply.

Field of application of results. Enterprise economy, national economy.

Conclusions. Foreign investment is one of the promising directions of the post-war recovery of Ukraine's industry. Despite significant challenges, Ukraine has great potential for attracting foreign investment.

Keywords: foreign investments, Ukraine, war, economy, recovery, investment climate, prospects.

Постановка проблеми. Повномасштабне вторгнення росії в Україну суттєво вплинуло на всі сфери життя, в тому числі й на економіку країни. Одним з найважливіших аспектів економічної стійкості держави є залучення іноземних інвестицій. Незважаючи на війну, Україна продовжує залучати інвестиції, хоча й у менших обсягах, ніж раніше. Попри багаторічні проблеми і високі безпекові ризики, Україні є що запропонувати прагматичним західним інвесторам. Як наслідок, у 2023 році обсяг прямих іноземних інвестицій перевершив показники навіть деяких довоєнних років [1].

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідженню проблем інвестування та інвестиційної політики підприємств присвячено праці багатьох вітчизняних науковців, серед яких: Гук О., Карпіловський Д., Мельник А., Мохонько Г., Шендерівська Л. та багато інших. Незважаючи на значні напрацювання науковців в сфері інвестування, проблема залучення іноземних

інвестицій під час війни та для післявоєнного відновлення в Україні залишається недостатньо вивченою.

Виклад основного матеріалу. Щоб самостійно розвивати економіку, Україна потребує масштабного відновлення промисловості. Вітчизняні підприємства вже зараз намагаються відновлювати та модернізувати власне виробництво, але їх ресурс досить обмежений, тому бізнес гостро потребує й іноземних інвестицій [7].

Війна не знищила інтерес західних інвесторів до України. Однак, в умовах війни в Україні західні інвестори стикаються з такими викликами, як:

Безпека здійснення бізнесу. Постійні обстріли, руйнування інфраструктури та невизначеність щодо подальшого розвитку подій створюють значні ризики для інвесторів.

Логістичні проблеми. Розірвання усталених логістичних ланцюгів, руйнування інфраструктури, доріг та мостів, а також мінна небезпека ускладнюють ведення бізнесу в Україні.

Нестабільність вітчизняного законодавства. Динамічні зміни законодавства, спричинені воєнним станом в Україні, можуть дезорієнтувати інвесторів.

Відтік капіталу. Багато вітчизняних підприємств релокували свій бізнес, а персонал був вимушений виїхати за кордон, що призвело до відтоку капіталу.

Пошкодження виробничих потужностей та інфраструктури вітчизняних підприємств. Значна частина українських підприємств зазнала пошкоджень або була повністю зруйнована, що призвело до призупинки ведення бізнесу.

Незважаючи на це, найбільший потенціал для іноземних інвестицій мають наступні сектори економіки України, а саме:

- енергетика. Іноземні інвестиції в цьому секторі економіки можуть бути спрямованими на відновлювані джерела енергії, модернізацію енергосистем, енергоефективність;
- інфраструктура. Іноземні інвестиції необхідні для відновлення доріг, мостів, залізниць, портової інфраструктури;
- агропромисловий комплекс. Іноземні інвестиції в цьому секторі необхідні для відновлення переробки сільськогосподарської продукції, логістики, зберігання;
- ІТ–сектор. Іноземні інвестиції спрямовуються на розробку програмного забезпечення, аутсорсинг, кібербезпеку;
- виробництво. Іноземні інвестиції в цьому секторі економіки необхідні для відновлення діяльності підприємств легкої промисловості, машинобудування.

Напрями інвестування в економіку України за секторами промисловості за період 2022–2024 р.р. наведено в таблиці.

Незважаючи на всі труднощі, Україна має значний потенціал для залучення інвестицій після завершення війни, які можуть бути спрямовані на:

- реконструкцію та відбудову держави. Величезні обсяги коштів будуть потрібні для відновлення інфраструктури, житла та промислових підприємств, що відкриває широкі можливості для міжнародних інвесторів;
- відновлення енергетичної безпеки. Україна має значний потенціал у сфері відновлюваної енергетики, що може зацікавити міжнародних інвесторів у цій галузі;
- аграрний сектор. Україна є одним з найбільших виробників зернових культур і відновлення

аграрного сектору є пріоритетом забезпечення безпеки національної та світової продовольчої безпеки [6];

- ІТ–сектор. Україна відстає у впровадженні сучасних ІТ–технологій і цей сектор має великі перспективи для інвестування.

За даними [5] після війни Україна зможе щорічно ефективно освоювати 70–100 млрд доларів прямих іноземних інвестицій. За даними онлайн–опитування 430 приватних інвесторів з усіх регіонів України, проведеного з 4 до 16 квітня 2022–го, визначено перспективні галузі економіки для післявоєнного інвестування України (див. рисунок):

Перші місця посіли індустрії, що пов'язані із базовими людськими потребами. Сільське господарство та будівництво набрали відповідно 56% та 50% відповідей. Наступними йдуть інфраструктура (транспорт, склади, пошта) та переробка – 41% та 40% [3]

Для залучення міжнародних інвестицій на рівні держави здійснюються наступні заходи:

- спрощення процедур ведення бізнесу. Уряд України вживає заходів для спрощення процедур реєстрації бізнесу та отримання дозволів;
- захист прав та безпеки міжнародних інвесторів. Розробляються нові механізми захисту прав міжнародних інвесторів та гарантування повернення інвестицій;
- промоція інвестиційних можливостей. Україна активно просуває свої інвестиційні можливості на міжнародних форумах та конференціях;
- співпраця з міжнародними фінансовими інституціями. Україна тісно співпрацює з такими інституціями, як Світовий банк, Міжнародний валютний фонд та Європейський банк реконструкції та розвитку [4].

Для залучення в українську економіку іноземних інвесторів Міністерством економіки України створено унікальну електронну платформу «Advantage Ukraine», на якій зібрано понад 500 інвестиційних проєктів та можливостей у 10–ти галузях економіки. Кожен потенційний інвестор, зареєструвавшись на платформі, отримує вичерпну інформацію про можливості інвестування, конкретні проєкти та вигоди, які матиме від вкладання в економіку України [2].

Висновки

Іноземні інвестиції є одним з ключових чинників відновлення та розвитку української еконо-

Напрями інвестування в економіку України за секторами промисловості за період 2022–2024 р.р.

Сектор економіки	Іноземний інвестор	Напрями іноземного інвестування в економіку України
Металургія	«ArcelorMittal» (Індія)	У 2022 році підприємство інвестувало у свої потужності 120 млн доларів США, а у 2023 році планує вкласти ще 130 млн. Інвестиції спрямовуються на будівництво комплексу споруд для захоронення відходів виробництва «Третя Карта». Бюджет будівництва вже склав 150 млн доларів США Повністю завершити проект планують до кінця 2024 року.
Видобування	«Onur Group» (Турція)	Інвестування у видобуток графітової руди на Городнявській ділянці Буртинського родовища у Хмельницькій області. У 2023 році компанія інвестувала у першу фазу розробки родовища приблизно 50 млн доларів США.
Машинобудування	«Amsted Rail» (США)	Інвестування у виробництво підшипників та комплектуючих до вагонів у Львові. Компанія планує «повернути на ринок України частину залізничних комплектуючих, виробництво яких припинилося через російське вторгнення».
Енергетика	«Scatec» (Норвегія)	Компанія спільно з Міжнародною фінансовою корпорацією (IFC) планує розгортання в Україні блочно-комплектного рішення для генерації та зберігання сонячної енергії «Scatec Release», що допоможе диверсифікувати генерацію електроенергії в Україні.
	«Onur Group» (Турція)	Компанія інвестує 150 млн доларів США у новий проєкт у Закарпатській області. Зі встановлення вітрогенераторів потужністю 120 МВт. Реалізувати цей проєкт планують за два роки.
Хімічна промисловість	«Bayer» (Германія)	Компанія інвестує в Україну приблизно 60 млн євро, які підуть на розвиток насінництва, а також вкладуть 35 млн євро у насінний завод на Житомирщині.
	«Henkel» (Германія)	Вишгородський завод компанії, який спеціалізується на виготовленні продукції бізнес-підрозділу «Клейові технології» брендів «Ceresit» і «Metylan», постраждав в ході бойових дій. Але виробництво швидко відновили і на 2023-й компанія запланувала інвестувати в модернізацію обладнання та диджиталізацію виробничих процесів 60 тис. євро.
Будівельні матеріали	«Kingspan Group» (Ірландія)	Компанія інвестує в проєкт будівництва на Львівщині кампусу будівельних технологій, який складатиметься із 6 виробничих зон, включаючи виробництво передових ізоляційних матеріалів та рішень для централізованого опалення понад 280 млн. доларів США. Комплекс буде зосереджений на виробництві будівельної продукції з високою доданою вартістю. Окрім цього, проєктом передбачено створення «зеленого» виробництва з низьким вмістом вуглецю, що матиме позитивний вплив на довкілля. Запуск виробництва планують на 2024 рік.
	«Fixit» (Германія)	Компанія інвестувала у проєкт будівництва заводу з виготовлення будівельних матеріалів в Україні 5 млн євро ще до початку російського вторгнення. Зараз компанія «Fixit» отримала інвестиційну страховку від уряду Німеччини та інвестувала ще додаткові 7 млн євро. Вже наприкінці 2023 року на території нового заводу у Львові планують виготовляти будівельні матеріали для відновлення зруйнованої інфраструктури в Україні.
	«GreenMix» (Ізраїль)	Компанія планує інвестувати та побудувати завод з екологічної переробки будівельного сміття на Київщині. Відповідні переговори пройшли у серпні минулого року.
Харчова промисловість	«Nestlé» (Швейцарія)	Компанія побудувала новий завод у м. Смолигові, що на Волині, для виробництва макаронів швидкого приготування та інвестувала близько 40 млн французьких франків (понад 6 млн доларів США). Виробництво продукції вже розпочалося в першому кварталі 2024 року.
	«Carlsberg Ukraine» (Данія)	Компанія інвестувала 1,5 млрд грн у відкриття нової виробничої лінії на Київському пивоварному заводі, яка дасть змогу збільшити на 80% випуск продукції в банках. Особливість нової лінії – сучасні технології, повна автоматизація, відповідність вимогам безпеки обслуговуючого персоналу та безпечності продукту, що випускається на ній.
	«Philip Morris» (США)	Компанія інвестувала понад 30 млн доларів США у запуск нового виробництва на Львівщині. Виробництво продукції розпочалося в першому кварталі 2024 року.

Джерело: складено авторами за [7].



Перспективні галузі економіки для післявоєнного інвестування України

Джерело: складно авторами за [3]

міки після війни. Незважаючи на значні виклики, Україна має великий потенціал для залучення іноземних інвестицій. Для цього необхідно створити сприятливі умови для інвесторів, забезпечити захист їхніх прав та активно просувати інвестиційні можливості країни на міжнародній арені.

Список використаних джерел:

1. Війна неперешкода. Інвестиції в Україну зростають, але для відновлення замало. Що треба зробити владі. Економічна правда. 2024. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2024/04/25/712862/>
2. Інвестиції в Україну та відновлення економіки. Міністерство економіки України. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=62bfd716-8665-4a4c-9e2d-6325ba53b3c8&title=InvestitsiiVUkrainuTaVidnovlenniaEkonomiki>
3. Карпіловський Д. Як рятують від інфляції та у що вкладають гроші роздрібні інвестори. Економічна правда. 14 травня 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/18/687187/>
4. Заяць В. В., Пузирьова П.В. Інструменти залучення іноземних інвестицій та фінансування інвестиційних проектів в Україні. Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: матеріали II Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, 18 листопада 2021 року. Т. 2. Київ: КНУТД, 2021. С. 106–114. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/19586>
5. Хома І., Воробій Х. Інвестування в Україні під час війни та перспективи інвестиційних процесів у післявоєнний час. Галицький економічний вісник. 2022. №1(86). URL: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/86/1262.pdf>
6. Шацька З.Я., Ряска М.В., Рубльов Я.К. Інвестування агропромислового сектору в умовах післявоєн-

ного відновлення. II Всеукраїнська науково–практична конференція молодих учених та студентів «Домінанти соціально–економічного розвитку України у нових реаліях». 29 березня 2024 р. КНУТД. С.189–192.

7. Шевчук А. Як світові промислові гіганти розвивають виробництво в Україні під час війни. GMK center. 12 липня 2023. URL: <https://gmk.center.ua/posts/yak-svitovi-promislovi-giganti-rozvivajut-virobnictvo-v-ukraini-pid-chas-vijni/>

References:

1. Economic truth (2024). War is not an obstacle. Investments in Ukraine are growing, but not enough for recovery. What should the government do? Available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2024/04/25/712862/>
2. Ministry of Economy of Ukraine (2024). Investments in Ukraine and economic recovery. Available at: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=62bfd716-8665-4a4c-9e2d-6325ba53b3c8&title=InvestitsiiVUkrainuTaVidnovlenniaEkonomiki>
3. Karpilovskyi, D. (2022). How retail investors save from inflation and what they invest in. Economic truth. Available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/05/18/687187/>
4. Zayats, V.V. and Puzyryova, P.V. (2021). Tools for attracting foreign investments and financing investment projects in Ukraine. Innovation in education, science and business: challenges and opportunities: materials of the II All-Ukrainian conference of higher education applicants and young scientists, KNUITD, Kyiv, Ukraine.
5. Khoma, I. and Vorobiy, H. (2022). Investing in Ukraine during the war and prospects of investment processes in the post-war period. Galician Economic Herald. Vol. 1(86). Available at: <https://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/86/1262.pdf>

6. Shatska, Z.Ya. and Ryaska, M.V. and Rublev, Ya.K. (2024). Investing in the agro-industrial sector in the conditions of post-war recovery. II All-Ukrainian scientific and practical conference of young scientists and students «Dominants of social and economic development of Ukraine in new realities», KNUTD, Kyiv, Ukraine.

7. Shevchuk, A. (2024). How world industrial giants develop production in Ukraine during the war. GMK center. Available at: <https://gmk.center/ua/posts/yak-svitovi-promislovi-giganti-rozvivajut-virobnictvo-v-ukraini-pid-chas-vijni/>

Дані про авторів

Шацька Зорина Ярославівна,

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

Козловець Марія Миколаївна,

магістрант кафедри смарт-економіки, Київський національний університет технологій та дизайну
e-mail: mashakozlovets@ukr.net

Data about the authors

Zorina Shatskaya,

Associate Professor of the Department of Smart-economics, Kyiv National University of Technologies and Design, Doctor of Science in Economics, Associate Professor

e-mail: shatskaya@ukr.net

Maria Kozlovets,

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

e-mail: mashakozlovets@ukr.net

UDC 004.8.658: 330.341

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953010>

IRNAZAROV D. T.

Artificial intelligence as a dominant driver of the formation and development of the economic potential of business structures in turbulence

The subject of the research is the theoretical and practical foundations of artificial intelligence as a dominant factor in the formation and development of the economic potential of business structures in turbulent conditions.

The aim of the research is to analyze the role of artificial intelligence in the formation and development of the economic potential of business structures in conditions of turbulence, as well as to study the main aspects related to the use of AI.

Research methods. The study used a variety of methods that helped to analyze the impact of AI on the economic potential of business structures and adaptation to turbulence. The main research methods used were: analysis of scientific literature and review of theoretical approaches; empirical research; SWOT analysis; systematic approach; scenario analysis; comparative analysis; and tabular and graphical method.

Results of the investigation. It has been established that artificial intelligence plays an important role in the formation and development of the economic potential of business structures, especially in conditions of economic turbulence. It has been determined that modern enterprises face a high level of uncertainty, changes in markets, and fluctuations in demand and growing competition. It is proved that the use of artificial intelligence is becoming a key tool for increasing their competitiveness, optimizing business processes and improving the efficiency of resource management. It is determined that one of the main problems in this area is the integration of artificial intelligence into existing management systems of business structures, where many companies are not ready for large-scale implementation of artificial intelligence due to insufficient technological base, low level of digital literacy of personnel or lack of financial resources. The conditions of economic turbulence of business structures, characterized by instability and unpredictability in the economic environment, which can affect enterprises in various ways, are investigated. It is analyzed and found that artificial intelligence has a significant impact on the economic potential of business structures, which is manifested in the following main aspects: optimization of business processes; increase in productivity and efficiency; innovation and development

of new products; adaptability and flexibility; forecasting and risk management; economic benefits and competitive advantages. It is proved that the use of artificial intelligence in turbulent conditions allows business structures to more accurately predict changes in market conditions, adapt to them in real time and reduce the risks associated with external factors. It is determined that artificial intelligence is dominant in shaping the economic potential of business structures, but the effectiveness of its application depends on the ability of organizations to adapt to new obstacles, develop infrastructure and integrate the latest technologies into their business processes.

Scope of the results. Economics, business analysis, management, information technology, economic potential of the enterprise.

Conclusions. Artificial intelligence acts as a dominant factor in the formation and development of the economic potential of business structures, especially in times of economic turbulence. The introduction of AI helps business structures to reduce costs, increase efficiency and provide competitive advantages in the face of rapid change and economic turbulence. The conditions of economic turbulence include various factors that can interact and influence the economic environment of business structures, understanding of which and readiness to adapt to which is a key element of successful business management in conditions of uncertainty. Thus, in order to increase their economic potential, business structures need to develop a strategic approach to the introduction of AI and ensure the maximum synergistic effect of its implementation. In the future, AI will become an even more important element of economic potential formation in business strategies, providing business structures with competitive advantages and helping them to respond effectively to new conditions of turbulence.

Keywords: artificial intelligence, business structures, economic potential, formation and development, turbulence conditions, business strategy, innovation, uncertainty.

ІРНАЗАРОВ Д. Т.

Штучний інтелект як домінанта формування та розвитку економічного потенціалу бізнес–структур в умовах турбулентності

Предметом дослідження є теоретичні та практичні основи дослідження штучного інтелекту як домінанта формування та розвитку економічного потенціалу бізнес–структур в умовах турбулентності.

Метою дослідження є аналіз ролі штучного інтелекту у формуванні та розвитку економічного потенціалу бізнес–структур в умовах турбулентності, а також вивчення основних аспектів, пов'язаних із використанням штучного інтелекту.

Методи дослідження. При дослідженні використовувались різноманітні методи, які допомогли глибше проаналізувати вплив ШІ на економічний потенціал бізнес–структур та адаптацію до умов турбулентності. Основними методами дослідження були: аналіз наукової літератури та огляд теоретичних підходів; емпіричні дослідження; SWOT–аналіз; системний підхід; сценарний аналіз; порівняльний аналіз, таблично–графічний метод.

Результати роботи. Встановлено, що штучний інтелект відіграє важливу роль у формуванні та розвитку економічного потенціалу бізнес–структур, особливо в умовах економічної турбулентності. Визначено, що сучасні підприємства стикаються з високим рівнем невизначеності, змінами на ринках, коливаннями попиту та зростаючою конкуренцією. Доведено, що використання штучного інтелекту стає ключовим інструментом для підвищення їхньої конкурентоспроможності, оптимізації бізнес–процесів та підвищення ефективності управління ресурсами. Визначено, що однією з основних проблем у цій сфері є інтеграція штучного інтелекту в існуючі системи управління бізнес–структур, де безліч компаній не готові до масштабного впровадження штучного інтелекту через недостатню технологічну базу, низький рівень цифрової грамотності персоналу або брак фінансових ресурсів. Досліджено умови економічної турбулентності бізнес–структур, які характеризуються нестабільністю і непередбачуваністю в економічному середовищі, що можуть впливати на підприємства різними способами. Проаналізовано і з'ясовано, що штучний інтелект має значний вплив на економічний потенціал бізнес–структур, що проявляється в основних аспектах: оптимі–

зація бізнес–процесів; підвищення продуктивності та ефективності; інновації та розвиток нових продуктів; адаптивність та гнучкість; прогнозування та управління ризиками; економічна вигода та конкурентні переваги. Доведено, що використання штучного інтелекту в умовах турбулентності дозволяє бізнес–структурам більш точно прогнозувати зміни ринкових умов, адаптуватися до них у реальному часі та знижувати ризики, пов'язані з зовнішніми факторами. Визначено, що штучний інтелект є домінантою у формуванні економічного потенціалу бізнес–структур, але ефективність його застосування залежить від здатності організації адаптуватися до нових перешкод, розвивати інфраструктуру та інтегрувати новітні технології у свої бізнес–процеси.

Галузь застосування результатів. Економіка, бізнес–аналіз, управління, інформаційні технології, економічний потенціал підприємства.

Висновки. Штучний інтелект виступає як домінантний фактор у формуванні та розвитку економічного потенціалу бізнес–структур, особливо в умовах економічної турбулентності. Впровадження ШІ допомагає бізнес–структурам знижувати витрати, підвищувати ефективність і забезпечувати конкурентні переваги в умовах швидких змін і економічної турбулентності. Умови економічної турбулентності включають різноманітні фактори, які можуть взаємодіяти і впливати на економічне середовище бізнес–структур, розуміння і готовність адаптації до яких є ключовим елементом успішного управління бізнесом в умовах невизначеності. Таким чином, для нарощування свого економічного потенціалу бізнес–структурам потрібно розробити стратегічний підхід до впровадження ШІ і забезпечити максимальний синергійний ефект від його імплементації. У подальшому ШІ стане ще важливішим елементом формування економічного потенціалу у бізнес–стратегіях, надаючи бізнес–структурам конкурентні переваги та допомагаючи їм ефективно реагувати на нові умови турбулентності.

Ключові слова: штучний інтелект, бізнес–структури, економічний потенціал, формування та розвиток, умови турбулентності, бізнес–стратегія, інновації, невизначеність.

Formulation of the problem. Artificial intelligence (AI) is playing an increasingly important role in the formation and development of business structures, especially in times of economic turbulence. Modern businesses face a high level of uncertainty, changes in markets, fluctuations in demand, and growing competition. The use of artificial intelligence is becoming a key tool to increase their competitiveness, optimize business processes, and improve resource management. One of the main challenges in this area is the integration of artificial intelligence into existing business management systems, where many companies are not ready for large–scale implementation of artificial intelligence due to insufficient technological base, low level of digital literacy of staff, or lack of financial resources. In addition, there is the issue of adapting business structures to new conditions, which requires changes in their culture and approaches to decision–making.

The use of AI in turbulent environments allows businesses to more accurately predict changes in market conditions, adapt to them in real time, and reduce risks associated with external factors. However, in order to achieve maximum results, it is necessary to take into account the ethical aspects of AI, possible social consequences, such as job losses due to automation, and to comply with the rules

governing the use of technology. Thus, AI is dominant in shaping the economic potential of business structures, but the effectiveness of its application depends on the organization's ability to adapt to new challenges, develop infrastructure, and integrate the latest technologies into its business processes.

Analysis of research and publications on the problem. The impact of artificial intelligence on the economic potential of business structures in turbulent times has been the subject of numerous studies by many researchers in various fields, such as economics, business analysis, management, and information technology. Thomas Davenport is one of the leading AI researchers who has analyzed how artificial intelligence helps companies improve productivity, optimize processes, and reduce risks in the face of uncertainty. Mr. Davenport also explored how AI facilitates data–driven decision–making, which is especially important in a rapidly changing environment. Erik Brynjolfsson and Andrew McAfee analyzed technological innovations, including artificial intelligence, and their impact on business and the economy. The authors argue that AI is becoming a key factor in economic growth and increasing the competitiveness of enterprises, especially in the face of market turbulence. Klaus Schwab explored the impact of AI and other technologies of the fourth

industrial revolution on global economic processes and enterprises. The author drew attention to how digital innovations, including AI, are changing business models and creating new opportunities for the development of companies, economic potential in an unstable environment.

Michael Porter examined the impact of the latest technologies, including AI, on the structure and strategies of companies, analyzed how AI can help businesses improve their market position, optimize operational processes, and ensure long-term stability in the face of market uncertainty. Andrew Ng reviewed the practical aspects of using AI to increase the economic potential of enterprises and emphasized the importance of adapting enterprises to new technologies and innovations in a changing environment. Michael Jordan explored how AI algorithms can be used to predict market fluctuations and make strategic decisions in the face of turbulence. The author emphasizes the importance of high-quality big data processing to maximize the effect of AI implementation in business. The contribution of these authors is quite significant, but it requires additional in-depth research into the field of AI application to improve the efficiency of the formation and development of the economic potential of enterprises, taking into account the importance of technological innovation in turbulent conditions.

Presenting main material. Artificial intelligence is becoming a dominant factor in the formation and development of the economic potential of business structures in the modern world. In the context of economic turbulence, when market conditions are changing rapidly and uncertainty is growing, the introduction of AI is becoming critical to ensuring competitive advantages and business sustainability and provides business structures with new opportunities to optimize processes, increase efficiency, adapt to a changing environment and create innovative products and services [1; 3; 5; 6; 8]. The conditions of economic turbulence for business structures are characterized by instability and unpredictability in the economic environment, which can affect enterprises in various ways, their understanding is critical for strategic management and adaptation (Table) [2; 4; 7; 9; 10].

Since artificial intelligence affects the formation and development of the economic potential of business structures, we will provide its main definitions (Figure) [12; 14; 15; 16; 18; 19].

The definitions in Fig. 1, cover the main aspects of artificial intelligence and its applications, providing a clear picture of how this technology functions and what opportunities it opens up for various sectors of the economy [11; 13; 17; 20].

Artificial intelligence has a significant impact on the economic potential of business structures, and this impact is manifested in several key aspects: optimization of business processes; increased productivity and efficiency; innovation and new product development; adaptability and flexibility; forecasting and risk management; economic benefits and competitive advantages. Let us consider them in more detail [21; 22; 23].

Optimization of business processes – AI automates repetitive and routine tasks, such as data processing, inventory management, and customer service, which reduces human labor costs, reduces errors, and increases processing speed. Supply chains are being optimized by forecasting demand, automating procurement processes, and improving logistics solutions, which helps reduce inventory management costs and improve delivery.

Increase productivity and efficiency – AI allows you to analyze large amounts of data to identify trends, patterns, and anomalies that help you make more informed decisions, helping to optimize business processes and increase efficiency. It uses customer data to create personalized offers, products, and services, and increases customer satisfaction, loyalty, and sales.

Innovations and new product development – AI is used to create innovative products and services through data analytics, simulations, and modeling, which encourages businesses to respond faster to market changes and reduce the time to develop new products. Opportunities are opening up for new business models, such as data-driven platforms or subscription models, enabling businesses to secure new revenue streams and expand markets.

Adaptability and flexibility – AI allows businesses to adapt more quickly to changes in market conditions, such as fluctuations in demand or economic crises, which helps to avoid negative consequences and take advantage of new opportunities. The introduction of AI allows enterprises to be more flexible in their business processes, which helps them respond more quickly to external challenges, such as changes in regulatory requirements or new competitive threats.

Main conditions of economic turbulence in the economic environment

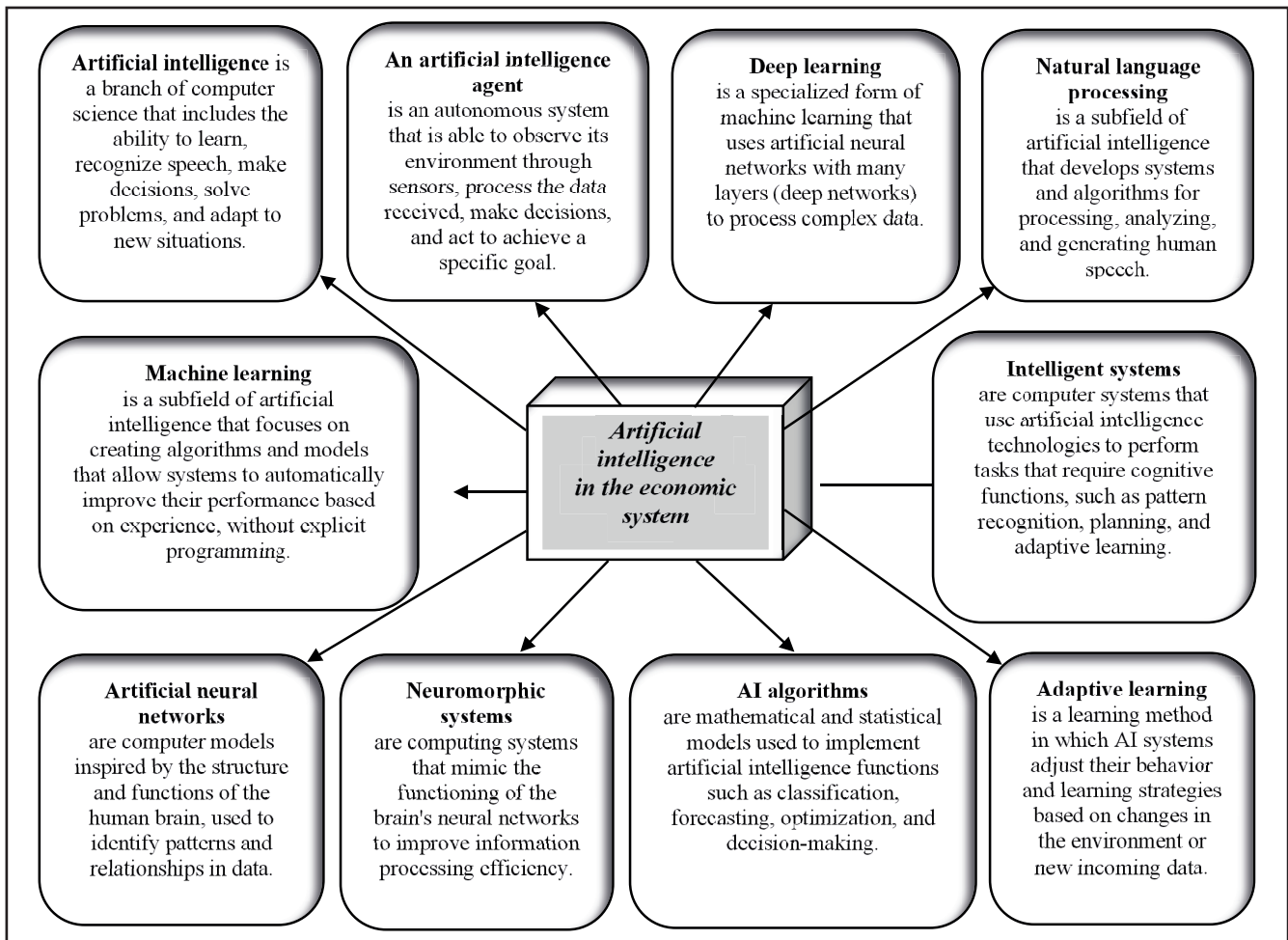
№	Factor	Subfactor	Description.
1	Economic fluctuations	Financial crises	Sharp and significant fluctuations in financial markets, such as banking crises, stock market crashes, or currency crises, can cause economic instability.
		High inflation or deflation	Rapidly rising prices (inflation) or falling prices (deflation) can lead to changes in the purchasing power of individuals and business spending.
		Changes in interest rates	Decisions by central banks to change interest rates may affect the cost of credit and investment, which will affect economic activity.
2	Political and geopolitical factors	Political instability	Political crises, revolutions, changes of government or instability in a country may affect the business environment and economic conditions.
		Geopolitical conflicts	International conflicts, trade wars, sanctions or political disputes between countries may cause economic turmoil and affect global markets.
3	Changes in legislation and regulation	Regulatory changes	Changes in tax laws, labor laws, environmental standards or other regulatory requirements may affect costs and business processes.
		Consumer protection policies	New rules and regulations affecting the consumer market may change consumer behavior and requirements for products and services.
4	Socio-economic factors	Changes in demographics	Changes in the demographic structure, such as an aging population or a changing labor force structure, may affect labor markets and consumer preferences.
		Social movements	The growth of social or environmental movements can change public opinion and increase demands for corporate social responsibility.
5	Technological changes	Rapid technological progress	New technologies and innovations may radically change market conditions and create new opportunities or threats for businesses.
		Cyber threats	The growing number of cyber threats and attacks may create uncertainty in the security of data and information systems.
6	Natural and environmental factors	Natural disasters	Earthquakes, floods, hurricanes, or other natural disasters can damage infrastructure and business processes.
		Environmental changes	Climate change, environmental disasters, or the depletion of natural resources can affect businesses and their supply chains.
7	Global economic trends	Economic downturn	Global economic downturns may reduce demand for goods and services and affect the overall level of economic activity.
		Trade trends	Changes in global trade flows and patterns may create new opportunities or challenges for businesses.
8	Market changes	Competition	Increased competition from new or international companies may change market dynamics and affect pricing.
		Consumer trends	Changes in consumer preferences or behavior may affect the demand for products and services.

Forecasting and risk management – AI uses data analytics to predict economic and market trends and helps businesses proactively plan their strategy and mitigate risks. Thus, systems are being developed to monitor and manage risks, such as financial fluctuations, supply chain problems, or cyberattacks, which help businesses ensure resilience and reduce potential losses.

Economic benefits and competitive advantages – AI helps to reduce the cost of operational processes, automation, and resource management, which leads to increased profitability and optimization of enter-

prise resources. Also, AI implementation provides businesses with competitive advantages through innovative products, improved efficiency, and the ability to respond quickly to market changes to maintain market leadership and attract new customers.

Thus, artificial intelligence has a significant impact on the economic potential of business structures, which helps to optimize business processes, increase productivity, develop new products and services, ensure adaptability and flexibility, and improve risk forecasting and management [24; 25; 26; 27; 28].



Definitions of artificial intelligence covering relevant aspects of the economya

Source: [11–17]

Conclusions

Artificial intelligence acts as a dominant factor in the formation and development of the economic potential of business structures, especially in times of economic turbulence. The introduction of AI helps business structures to reduce costs, increase efficiency, and provide competitive advantages in the face of rapid change and economic turbulence. The conditions of economic turbulence include various factors that can interact and influence the economic environment of business structures, understanding of which and readiness to adapt to which is a key element of successful business management in conditions of uncertainty. Thus, in order to increase their economic potential, business structures need to develop a strategic approach to the introduction of AI and ensure the maximum synergistic effect of its implementation. In the future, AI will become an even more important element of economic potential formation in business strategies, giving businesses competitive

advantages and helping them to respond effectively to new turbulent conditions.

References:

1. Arefieva, O. V., Komaretska, P. V. (2008). Interesy steikholderiv v orhanizatsiinomu zabezpechenni stratehichnoho upravlinnia finansovym potentsialom pidpriemstv [Interests of stakeholders in the organizational support of strategic management of the financial potential of enterprises]. *Aktualni problemy ekonomiky = Actual problems of economy*, No. 9 (87), P. 80–85 [in Ukrainian].
2. Ilnazarov, D. T., Kyrychenko, V. O., Andriievskiy, V. V. (2024). Arkhitektonika vprovadzhennia shtuchnoho intelektu na pidpriemstvakh [Architectonics of artificial intelligence implementation at enterprises]. *Imperatyvy ekonomichnoho zrostantia v konteksti realizatsii Hlobalnykh tsilei staloho rozvytku = Imperatives of economic growth in the context of the implementation of the Global Sustainable Development Goals: materials of the V International Scientific and Practical Internet Conference*, Kyiv, 23 April, 2024, Kyiv: KNUTD, P. 135–137 [in Ukrainian].

3. Inazarov, D. T., Puzyrova, P. V. (2023). Implementatsiia shtuchnoho intelektu u finansovo–ekonomichnu systemu diialnosti pidpriemstva [Implementation of artificial intelligence in the financial and economic system of enterprise]. *Innovatyka v osviti, nauksi ta biznesi: vyklyky ta mozhlyvosti* = Innovation in education, science and business: challenges and opportunities: materials of the IV All–Ukrainian Conference of Higher Education Applicants and Young Scientists, Kyiv, 17 November 2023, Vol. 2, Kyiv : KNUTD, P. 115–119 [in Ukrainian].

4. Inazarov, D. T., Puzyrova, P. V. (2024). Poiava, proiav ta vplyv shtuchnoho intelektu na biznes–aktyvnist kompanii [The emergence, manifestation and impact of artificial intelligence on the business activity of companies]. *Naukovyi vymir osmyslennia ta poshuku optymalnykh modelei rozvytku Ukrainy: marketynhovi, ekonomichni, finansovi ta upravlinskyi aspekty* = The scientific dimension of understanding and research optimal models of the development of Ukraine: marketing, economic, financial and management aspects : collection of materials of the International Scientific and Practical Conference, Kyiv, 04–05 March 2024 – Kyiv : APSVT, P. 238–240 [in Ukrainian].

5. Khaliliaeva, O. V., Puzyrova, P. V. (2021). Sutnist ta znachennia ekonomichnoho potentsialu, yoho mistse v ekonomitsi krainy: suchasnyi aspekt v umovakh staloho rozvytku [The essence and significance of economic potential, its place in the country's economy: a modern aspect in the context of sustainable development]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini* = Formation of market relations in Ukraine, No. 12 (247), P. 33–40 [in Ukrainian].

6. Komaretska, P. V. (2003). Teoretychni pidkhody shchodo sutnosti finansovoho potentsialu [Theoretical approaches to the essence of financial potential]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina. Natsionalizatsiia ta pryvatyzatsiia: mynule, teperishnie, maibutnie* = Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Nationalization and privatization: past, present, future, Series economic, No. 613, P. 236–241 [in Ukrainian].

7. Komaretska, P. V. (2004). Sutnist ta znachennia finansovoho potentsialu dlia rozvytku pidpriemstva v suchasnykh umovakh [The essence and significance of financial potential for the development of the enterprise in modern conditions]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu im. V. N. Karazina «Shliakhy rishennia problem funktsionuvannia ekonomichnykh system»* = Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University «Ways of solving problems of functioning of economic systems», No. 630, part two, P. 163–166 [in Ukrainian].

8. Komaretska, P. V. (2006). Formuvannia stratehii upravlinnia finansovym potentsialom pidpriemstva [Forma-

tion of the strategy for managing the financial potential of the enterprise]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini* = Formation of market relations in Ukraine: a collection of scientific papers, Issue 9 (64), P. 90–92 [in Ukrainian].

9. Kostenko, O. V. (2022). Analiz natsionalnykh stratehii rozvytku shtuchnoho intelektu [Analysis of national strategies for the development of artificial intelligence]. *Informatsiia i pravo* = Information and Law, № 2, P. 58–69 [in Ukrainian].

10. Krakhmalova, N. A., Puzyrova, P. V. (2020). Finansova restrukturyzatsiia pidpriemstv yak faktor zmitsnennia yikh finansovoho potentsialu [Financial restructuring of enterprises as a factor in strengthening their financial potential]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini* = Formation of market relations in Ukraine, № 2 (225), P. 51–58 [in Ukrainian].

11. Kurkov, M. S. (2019). Zasoby shtuchnoho intelektu v investytsiinii diialnosti na finansovykh rynkakh [Artificial intelligence tools in investment activity in financial markets]. *Intelekt XXI* = Intellect XXI, № 2, P. 94–99 [in Ukrainian].

12. Kurkov, M. S. (2020). Model systemy upravlinnia finansamy pidpriemstv zasobamy shtuchnoho intelektu [Model of the system of financial management of enterprises by means of artificial intelligence]. *Prychornomorski ekonomichni studii* = Black Sea Economic Studies, Issue 52(2), P. 147–153 [in Ukrainian].

13. Kushnir, M. Ya., Tokarieva, K. A. (2020). Vykorystannia system shtuchnoho intelektu u zadachakh prohnozuvannia finansovykh indeksiv: ohliad naukovykh dzherel [The use of artificial intelligence systems in the tasks of forecasting financial indices: a review of scientific sources]. *Radioelektronni i kompiuterni systemy* = Radioelectronic and Computer Systems, № 3, P. 108–117 [in Ukrainian].

14. Lohvinenko, B. I. (2022). Upravlinnia povedinkoiu ekonomichnykh ahentiv na pidpriemstvakh iz vykorystanniam instrumentiv shtuchnoho intelektu [Management of the behaviour of economic agents at enterprises using artificial intelligence tools]. *Ekonomika promyslovosti* = Ekonomika Promyshlennosti, № 4, P. 78–92 [in Ukrainian].

15. Nifatova, O. M., Puzyrova, P. V. (2020). Analiz isnuichykh pidkhodiv do pobudovy orhanizatsiino–ekonomichnoho mekhanizmu formuvannia ta rozvytku innovatsiinoho potentsialu pidpriemstv lehkoi promyslovosti [Analysis of existing approaches to the construction of an organizational and economic mechanism for the formation and development of the innovative potential of light industry enterprises]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Seriiia : Ekonomika i*

menedzhment = Bulletin of Sumy National Agrarian University. Series: Economics and management, Vol. 2 (84), P. 31–39 [in Ukrainian].

16. Nifatova, O. M., Puzyrova, P. V. (2020). Metodychni osnovy prohnozuvannya innovatsiinoi diialnosti ta diahnostyky innovatsiinoho potentsialu pidpriemstv lehkoj promyslovosti [Methodical bases for forecasting innovation activity and diagnostics of the innovative potential of light industry enterprises]. Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarynogo universytetu. Seriya : Ekonomika i menedzhment = Bulletin of Sumy National Agrarian University. Series: Economics and management, Vol. 3 (85), P. 3–9 [in Ukrainian].

17. Pavlikha, N. (2023). Rozvytok ta rehuliuвання shtuchnoho intelektu v Ukraini u voiennyi ta povoiennyi periody: suchasni tendentsii ta perspektyvy [Development and regulation of artificial intelligence in Ukraine in the war and post-war periods: current trends and prospects]. Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka = Digital economy and economic security, Kyiv, P. 105–111 [in Ukrainian].

18. Pizhuk, O. I. (2019). Shtuchnyi intelekt yak odyn iz kliuchovykh draiveriv tsyvrovoi transformatsii ekonomiky [Artificial intelligence as one of the key drivers of the digital transformation of the economy]. Ekonomika, upravlinnia ta administruvannya = Economics, management and administration, № 3(89), P. 41–46 [in Ukrainian].

19. Puzyrova, P. (2019). Cluster education management concept through the prism of financial risk optimization and resource support [Kontseptsiia upravlinnia klasterynykh utvorenniy cherez pryzmu optymizatsii finansovykh ryzykiv ta resursnoho zabezpechennia]. Menedzhment = Management, Issue 2 (30), P. 62–74 [in English].

20. Puzyrova, P. V. (2008). Otsinka ekonomichnoho ryzyku v upravlinni finansovym potentsialom pidpriemstv Ukrainy [Evaluation of economic risk in managing the financial potential of enterprises of Ukraine]. Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine, No. 10 (89), P. 131–134 [in Ukrainian].

21. Puzyrova, P. V. (2019). Klasteryzatsiia v upravlinni finansovym potentsialom na pidpriemstvakh Ukrainy [Clustering in the management of financial potential at enterprises of Ukraine]. Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine, No. 3 (214), P. 70–76 [in Ukrainian].

22. Puzyrova, P. V., Irnazarov, D., Khaliliaeva, O. (2023). Zasady vykorystannia shtuchnoho intelektu v investytsiino–finansovii sferi [Principles of using artificial intelligence in the investment and financial sector]. Upravlinnia biznes–protsesamy ta tekhnolohichnymy innovatsiiami v suchasnykh umovakh ta v pisliavoien–

nyi period = Management of business processes and technological innovations in the current context and in the post-war period : collection of abstracts of the International Scientific Conference, Kyiv, 10–11 October 2023, P. 136–139 [in Ukrainian].

23. Puzyrova, P. V., Synytsia, S. V. (2024). Stratehichni rozvytok biznes–protsesiv IT–industrii u povoiennomu vidnovlenni natsionalnoi ekonomiky [Strategic development of business processes of the IT industry in the post-war recovery of the national economy]. Synerhiia nauky i biznesu u povoiennomu vidnovlenni rehioniv Ukrainy = Synergy of science and business in the post-war restoration of Ukrainian regions : materials of the II International Scientific and Practical Conference, Kherson, 24–26 April 2024, Oldi+, P. 97–99 [in Ukrainian].

24. Ramazanov, S. K. (2022). Finansuvannya ta investuvannya rozvytku tekhnolohii stvorennia system shtuchnoho intelektu v Ukraini [Financing and investing in the development of technologies for creating artificial intelligence systems in Ukraine]. Chasopys ekonomichnykh reform = Journal of Economic Reforms, № 3, P. 43–48 [in Ukrainian].

25. Ramazanov, S. K., Shevchenko, A. I., Kuptsova, Ye. O. (2020). Shtuchnyi intelekt i problemy intelektualizatsii: stratehiia rozvytku, struktura, metodolohiia, pryntsypy i problemy [Artificial intelligence and problems of intellectualisation: development strategy, structure, methodology, principles and problems]. Artificial intelligence = Artificial intelligence, № 4, P. 14–23 [in Ukrainian].

26. Shatska, Z. Ya., Olshanskyi, H. V., Irnazarov, D. (2023). Osoblyvosti vykorystannia shtuchnoho intelektu u systemi upravlinnia mizhnarodnymy kompaniiamy [Features of the use of artificial intelligence in the management system of international companies]. Problemy intehratsii osvity, nauky ta biznesu v umovakh hlobalizatsii = Problems of integration of education, science and business in the context of globalisation: abstracts of the V International Scientific and Practical Conference, Kyiv, 6 October 2023 / edited by H. V. Olshanska – Kyiv: KNUVD, P. 70–71 [in Ukrainian].

27. Shevchenko, A. I. (2023). Stratehiia rozvytku shtuchnoho intelektu v Ukraini [Strategy for the development of artificial intelligence in Ukraine]. Monohrafiia = Monograph, Kyiv: IPSI, 305 p. URL: https://jai.in.ua/archive/2023/ai_mono.pdf. [in Ukrainian].

28. Zastosuvannya shtuchnoho intelektu u systemi upravlinnia pidpriemstvom: problemy ta perevahy [Application of artificial intelligence in the enterprise management system: problems and advantages], (2024). URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2019/No2/93.pdf> [in Ukrainian].

Data about the author**Dmytro Irnazarov,**

PhD student at the Department of Smart Economics, Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine
 Mala Shyianovska (Nemyrovycha–Danchenka) Street,
 2, Kyiv, 01011, Ukraine
 mail: irnazarov.dt@knutd.edu.ua

Дані про автора**Ірназаров Дмитро Тохірович,**

аспірант кафедри смарт-економіки, Київський національний університет технологій та дизайну, Україна
 вул. Мала Шияновська (Немировича–Данченка), 2,
 Київ, 01011, Україна
 mail: irnazarov.dt@knutd.edu.ua

UDC 004.738.5

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953020>

SYNYTSIA S. V.

Digitalisation as a platform for innovative development of IT enterprises in the context of globalisation transformations

The subject of the research is the theoretical and practical foundations of digitalization as a platform for innovative development of IT enterprises in the context of globalization transformations.

The aim of the research is to analyze the role of digitalization in the development of IT enterprises in the context of globalization transformations, as well as to identify the main trends and obstacles associated with this process.

Research methods. In the course of the research, the methods of literary analysis, induction and deduction, empirical research, graphical method, method of socio-economic analysis were used.

Results of the investigation. It has been determined that globalization promotes the spread of digital technologies and encourages transformational changes in various sectors of the economy, and that is why digitalization is becoming a necessary basis for the innovative development of IT enterprises, which allows them to adapt to the requirements of the modern world. It is established that the innovative development of enterprises is associated with the introduction of new technologies, management methods and approaches to production, which ensure improvement of productivity and quality of products and services. It is proved that digitalization contributes to the creation of new business models, digital products and services, and provides access to global markets and partnerships.

Scope of the results. Digital economy, Entrepreneurship and business, Economics.

Conclusions. Thus, digitalization is a key element of the innovative development of IT enterprises in the context of globalization transformations, which contributes to improving the efficiency of business processes, creating new products and services, and opening up new opportunities for international cooperation. However, for the effective digitalization of enterprises, it is necessary to take into account certain obstacles, such as the lack of qualified personnel, high costs of technology implementation, and the rapid pace of technological change. In general, digitalization is becoming not just a trend, but a prerequisite for the successful development of IT enterprises in the modern world, so to achieve competitive advantages and sustainable development in the global market, enterprises should invest in the introduction of digital technologies, staff training and cybersecurity.

Keywords: digital economy, globalization, transformation, innovative development, IT enterprises, digitalization, cybersecurity, sustainable development.

СИНИЦЯ С. В.

Діджиталізація як платформа інноваційного розвитку ІТ-підприємств в умовах глобалізаційних трансформацій

Предметом дослідження є теоретично–практичні основи діджиталізації як платформи інноваційного розвитку ІТ-підприємств в умовах глобалізаційних трансформацій.

Метою дослідження є аналіз ролі діджиталізації у розвитку ІТ-підприємств в умовах глобалізаційних трансформацій, а також визначення основних тенденцій розвитку та перешкод, пов'язаних із цим процесом.

Методи дослідження. В ході наукового дослідження було використано методи літературного аналізу, індукції та дедукції, емпіричного дослідження, графічний метод, метод соціально–економічного аналізу.

Результати роботи. Визначено, що глобалізація сприяє поширенню цифрових технологій та спонукає до трансформаційних перетворень в різних галузях економіки, і саме тому діджиталізація стає необхідним базисом для інноваційного розвитку ІТ–підприємств, яка дозволяє їм адаптуватися до вимог сучасного світу. Встановлено, що інноваційний розвиток підприємств пов'язаний з впровадженням нових технологій, методів управління та підходів до виробництва, що забезпечують поліпшення продуктивності та якості продукції і послуг. Доведено, що діджиталізація сприяє створенню нових бізнес–моделей, цифрових продуктів і послуг, забезпечує доступ до глобальних ринків і партнерств.

Галузь застосування результатів. Цифрова економіка, підприємництво та бізнес, економіка.

Висновки. Отже, діджиталізація є ключовим елементом інноваційного розвитку ІТ–підприємств в умовах глобалізаційних трансформацій, яка сприяє підвищенню ефективності бізнес–процесів, створенню нових продуктів та послуг, а також відкриває нові можливості для міжнародного співробітництва. Проте для ефективної діджиталізації підприємств необхідно враховувати деякі перешкоди, такі як брак кваліфікованих кадрів, високі витрати на впровадження технологій та швидкі темпи технологічних змін. Загалом, діджиталізація стає не просто трендом, а необхідною умовою успішного розвитку ІТ–підприємств у сучасному світі, тому для досягнення конкурентних переваг та сталого розвитку на глобальному ринку, підприємствам слід інвестувати у впровадження цифрових технологій, навчання персоналу та забезпечення кібербезпеки.

Ключові слова: цифрова економіка, глобалізація, трансформація, інноваційний розвиток, ІТ–підприємства, діджиталізація, кібербезпека, сталий розвиток.

Formulation of the problem. In the current environment of rapid development of information technology and globalization processes, digitalization has become a key factor in the innovative development of IT enterprises, opening up new opportunities to improve the efficiency of business processes, create new products and services, and provide competitive advantages in the global market. Globalization promotes the spread of digital technologies and encourages transformational changes in various sectors of the economy. In this regard, digitalization is becoming a necessary basis for the innovative development of IT enterprises, allowing them to adapt to the requirements of the modern world. The innovative development of enterprises is associated with the introduction of new technologies, management methods and production approaches that improve the productivity and quality of products and services. Digitalization plays a key role in this process, as it facilitates the creation of new business models, digital products and services, and provides access to global markets and partnerships.

In the context of globalization, IT enterprises can use digitalization to scale their operations internationally and respond quickly to changing market conditions. Globalization facilitates the rapid spread of information and communication technologies

(ICT) and the creation of a single digital space, which allows IT enterprises to more easily introduce new products and services, expand markets, and collaborate with partners from other countries. However, globalization also creates significant obstacles, including increased competition, which forces businesses to look for innovative solutions to maintain a competitive position in the market.

Analysis of research and publications on the problem. The study of digitalization as a basis for innovative development is an active field of research, where foreign and domestic authors have made a significant contribution to the study of this issue. Among the main foreign authors who have studied digitalization and innovative development are the following: Eric Schmidt and Jonathan Rosenberg, who have studied how digital technologies have transformed business models and how companies can use innovation to succeed in the digital environment. Klaus Schwab, who describes how digitalization and new technologies are driving the fourth industrial revolution and how this affects innovation in various fields. Clayton Christensen analyzed technological innovations that can destroy existing markets and create new ones, and how this is related to digitalization and its impact on innovation. Michael Porter explored strategies

for achieving competitive advantage and the role of information technology in this process. Garry Stern explored the role of information technology in digital transformation and its impact on the innovative development of enterprises. James Keller analyzed the managerial aspects of digital transformation and their impact on innovative development. Martin Lindstrom explored how small data and digital tools can reveal big trends and drive innovation. These authors provide deep insights into how digitalization affects the innovative development of enterprises and can serve as useful resources for understanding this topic. Among domestic researchers, it should be noted: Arefieva, O., Chaika M., Chkan A., Harafonova O., Hirniak K., Husieva O., Ilin V., Ivanyshyn A., Kasai P., Kolodnenko N., Kovalenko N., Kuchmiiova T., Kulyk A., Kyrychenko N., Lazebnyk L., Lazorenko T., Lehominova S., Lemeshchenko N., Lozhachevska O., Lyshenko M., Makarenko N., Marova S., Mikhieienko K., Obikhod S., Olshanska O., Oviechkina, O., Polyvoda V., Puzyrova P., Raichuk I., Sholom I., Synytsia S., Timynskyi O., Tkachuk V., Vlasenko V., Voitenko O., Zhosan H., Zimina N. and others. However, the issue of digitalization as a basic platform for the innovative development of IT enterprises in the context of globalization transformations still requires a clear definition and in-depth research.

Presenting main material. Innovative development of enterprises is associated with the introduction of new technologies, management methods and production approaches that improve productivity and quality of products or services. Digitalization plays a key role in this process, as it facilitates the creation of new business models, digital products and services, and provides access to global markets and partnerships [1; 2; 3].

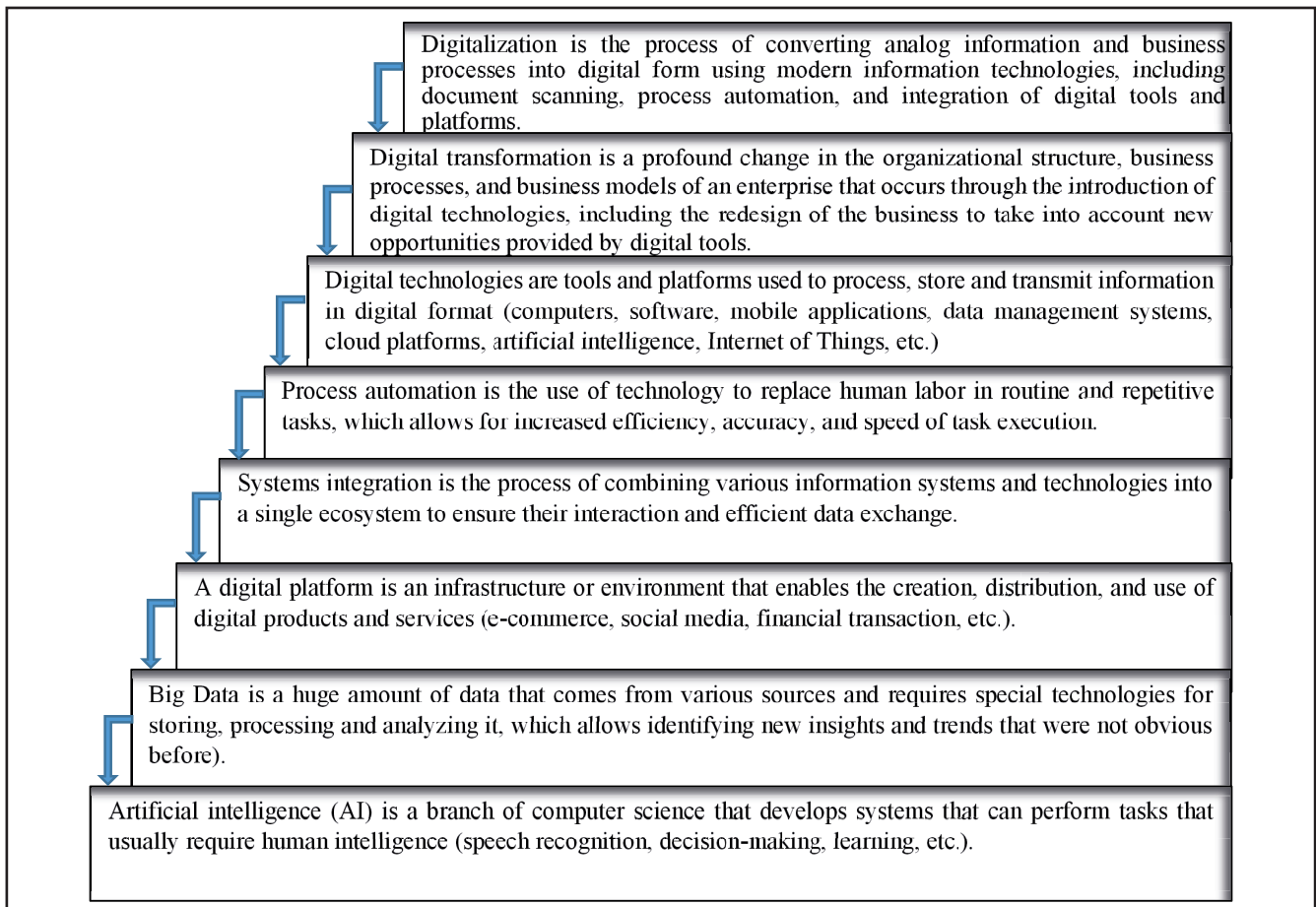
In the context of globalization, IT enterprises can use digitalization to scale their operations internationally and respond quickly to changing market conditions. Globalization facilitates the rapid spread of information and communication technologies (ICT) and the creation of a single digital space, which allows IT enterprises to more easily introduce new products and services, expand markets, and collaborate with partners from other countries. However, globalization also creates significant obstacles, such as increased competition, forcing businesses to look for innovative solutions to maintain their competitive position in the market [4; 5; 6; 7; 8].

Digitalization is the process of transition from analog to digital technologies in various fields of activity, including business, economy, society and public administration, which involves the integration of digital tools such as automation, artificial intelligence, big data, the Internet of Things (IoT), cloud computing and other innovative technologies that allow to increase productivity, efficiency and competitiveness. The main definitions of digitalization are shown in Fig. 1 [9; 10; 11; 12; 13; 14].

In a globally competitive environment, innovation is becoming a key factor in securing competitive advantage, where IT enterprises must invest in research and development to implement new ideas and technologies. For IT enterprises, digitalization is becoming not only a tool for increasing efficiency, but also a means of adapting to the new conditions of globalization transformations. Digitalization allows businesses to respond more quickly to changes in the market environment, increase the flexibility of business processes, and ensure integration with international partners. In particular, digitalization facilitates the creation of digital platforms for collaboration, data exchange, and joint development of innovative solutions [15; 16; 17].

One of the main trends of digitalization is the active use of big data and artificial intelligence (AI) technologies, which allow IT companies to analyze large amounts of information, automate decision-making processes and develop personalized products and services. Cloud computing allows businesses to scale their operations and provide access to information resources from anywhere in the world, which is especially important for IT enterprises operating in the global market, as cloud platforms provide flexibility and data security. The Internet of Things (IoT) enables the creation of new products and services based on the interaction of physical and digital objects, such as smart devices or intelligent control systems [18; 19; 20].

With the development of digitalization, cybersecurity and data protection issues are becoming increasingly important, which is why IT companies must ensure the security of their information systems and the protection of users, personal data, which requires the implementation of modern cybersecurity technologies and constant monitoring of possible threats. The impact of globalization on IT enterprises is manifested in the following key aspects: expansion of markets and growth opportuni-



Main definitions of digitalization and digital technologies in the globalized world

Source: [9; 10; 11; 12; 13; 14]

ties; increased competition; technological innovation and knowledge sharing; logistics and supply chain management; cultural and legal aspects; the need for adaptability and flexibility; and increased requirements for quality and innovation. Let's look at each of these aspects in more detail [21; 22; 23].

Globalization allows IT companies to enter new international markets, expanding their customer base, which opens up new opportunities for growth and revenue. Also, IT companies can establish partnerships with companies from other countries, which provides access to new technologies, investments and innovations. IT companies have to compete not only with local but also with international companies, which increases the level of competition [24; 25; 26].

Globalization can lead to price instability for services and products, as international competitors can influence market pricing. Globalization facilitates the rapid exchange of technology and knowledge between countries, which allows IT enterprises to implement innovative solutions and use advanced technologies.

International collaborations can facilitate the co-development of new products and technologies, which allows for competitive advantage [27; 28].

Globalization affects supply chain management, including component procurement, data processing, and customer service. IT enterprises can leverage global resources to optimize their processes. Global supply chains can create obstacles, such as coordination between different countries, risk management, and quality assurance. IT enterprises must consider cultural differences in international markets when developing products and providing services, which can affect marketing strategies, user experience, and support. Globalization also means that different legal and regulatory requirements must be met in each country, so IT businesses must adapt their strategies to local laws, particularly in terms of data protection, intellectual property, and taxes. IT enterprises must quickly adapt to changes in the global environment, including economic fluctuations, technological innovations, and changes in market conditions [29; 30; 31].

Therefore, to operate effectively in the context of globalization transformations, IT enterprises can use flexible business models that allow them to respond quickly to changes and provide a high level of customer service. Particular attention is paid to globalization, which is manifested in increased requirements for the quality of products and services, and that is why IT enterprises must constantly improve their products to meet high quality standards.

Conclusions

Thus, digitalization is a key element of innovative development of IT enterprises in the context of globalization transformations, which contributes to increasing the efficiency of business processes, creating new products and services, and opens up new opportunities for international cooperation. However, for the effective digitalization of enterprises, it is necessary to take into account certain obstacles, such as the lack of qualified personnel, high costs of technology implementation, and the rapid pace of technological change. In general, digitalization is becoming not just a trend but a prerequisite for the successful development of IT enterprises in the modern world, so to achieve competitive advantages and sustainable development in the global market, businesses should invest in the implementation of digital technologies, staff training and cybersecurity.

References:

1. Aref,ieva, O.V., Lutska, T.V. (2009). *Biznes–protse-sy pidpriemstv sfery posluh: factory, formuvannia, konkurentnospromozhnist* [Business processes of service sector enterprises: factors, formation, competitiveness]. Monohrafiia = Monograph, European University, Kyiv: European University Press, 96 p. [in Ukrainian].
2. *Biznes–protse-sy v umovakh didzhytalizatsii ekonomiky* [Business processes in the context of digitalisation of the economy] (2024). URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2019/05/5.pdf> [in Ukrainian].
3. Chkan, A. S., Kyrychenko, N. V., Kasai, P. H. (2021). *Didzhytalizatsiia biznes–protse-siv yak bazys zabezpechennia efektyvnoho menedzhmentu suchasnoho pidpriemstva* [Digitalisation of business processes as a basis for ensuring effective management of a modern enterprise]. *Visnyk Odeskoho natsionalnoho universy-tetu. Seriiia : Ekonomika* = Bulletin of Odesa National University. Series: Economics, Vol. 26, Issue 3, P. 60–66 [in Ukrainian].
4. Harafonova, O. I., Zhosan, H. V. (2023). *Didzhytalizatsiia ta avtomatyzatsiia biznes–protse-siv: vidmynnist definitsii ta mistse v menedzhmenti pidpriemstva* [Digitalisation and automation of business processes: difference in definitions and place in enterprise management]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk = Taurian scientific bulletin, Series: Economics*, Issue 15, P. 161–166 [in Ukrainian].
5. Husieva, O. Yu., Lehominova, S. V. (2018). *Didzhytalizatsiia – yak instrument udoskonalennia biznes–protse-siv, yikh optymizatsiia* [Digitalisation as a tool for improving business processes and their optimisation]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes = Ekonomika. Management. Business*, № 1, P. 33–39 [in Ukrainian].
6. Kovalenko, N. V., Ilin, V. Yu., Hirniak, K. M., Vlasenko, V. A. (2022). *Upravlinnia personalom v systemi modeliuvannia rozvytku bezpekovooho innovatsiinoho potentsi-alu suchasnoho pidpriemstva v umovakh didzhytalizatsii* [Personnel management in the system of modeling the development of the security innovation potential of a modern enterprise in the conditions of digitalization]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine*, № 10, P. 45–51 [in Ukrainian].
7. Kuchmiiova, T. S. (2023). *Didzhytalizatsiia biznes–protse-siv v umovakh transformatsiinykh peretvoren* [Digitalisation of business processes in the conditions of transformational changes]. *Investytsii: praktyka ta dosvid = Investments: practice and experience*, № 10, P. 77–80 [in Ukrainian].
8. Lazebnyk, L. L. (2018). *Didzhytalizatsiia ekonomichnykh vidnosyn yak faktor udoskonalennia biznes–protse-siv pidpriemstva* [Digitalisation of economic relations as a factor in improving business processes of the enterprise]. *Ekonomichniy visnyk. Seriiia : Finansy, oblik, opodatkuvannia = Economic bulletin. Series: Finance, accounting, taxation*, Issue 2, P. 69–74 [in Ukrainian].
9. Lazorenko, T. V., Sholom, I. L. (2020). *Didzhytalizatsiia yak osnovnyi faktor rozvytku biznesu* [Digitalisation as a major factor in business development]. *I Mizhnarodna naukovo–praktychna konferentsiia «Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy»*. *Sektsiia 1. Tendentsii rozvytku biznesu ta menedzhmentu = I International Scientific and Practical Conference ,Business, Innovation, Management: Problems and Prospects., Section 1: Trends in business and management development*, P. 50–51 [in Ukrainian].
10. Lozhachevska, O. M., Oviechkina, O. A., Ivanyshyn, A. V., Kolodnenko, N. V. (2022). *Udoskonalennia orhanyzatsiinoi kultury innovatsiino oriientovanykh pidpriemstv v konteksti bezpekovooho upravlinnia rozvytkom personalu ta upravlinnia yakistiu v umovakh didzhytalizatsii*

ta suchasnoho marketynhu [Improving the organizational culture of innovation-oriented enterprises in the context of safe management of personnel development and quality management in the context of digitalization and modern marketing]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine, № 10, P. 66–72 [in Ukrainian].

11. Lyshenko, M. O., Makarenko, N. O., Kulyk, A. A., Polyvoda, V. V. (2023). Upravlinnia ekonomichnoiu bezpekoiu innovatsiino oriantovanoho pidpriemstva v umovakh staloho rozvytku, didzhitalizatsii, hlobalizatsii ta aktyvizatsii systemy adaptivnoho marketynhu [Management of economic security of an innovation-oriented enterprise in the context of sustainable development, digitalization, globalization and activation of the adaptive marketing system]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine, № 1, P. 105–112 [in Ukrainian].

12. Marova, S. F., Lozhachevska, O. M., Lemeshchenko, N. M., Chaika, M. O. (2023). Rozrobka konkurentnoi stratehii rozvytku innovatsiino oriantovanoho pidpriemstva v umovakh didzhitalizatsii, hlobalizatsii ta aktyvizatsii bezpekovykh mekhanizmiv [Development of a competitive strategy for the development of an innovation-oriented enterprise in the context of digitalization, globalization and activation of security mechanisms]. Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini = Formation of market relations in Ukraine, № 1, P. 32–37 [in Ukrainian].

13. Mikhieienko, K.S. (2013). Upravlinnia biznesprotsesamy pidpriemstva na osnovi zbalansovanoi systemy pokaznykiv [Management of business processes of the enterprise on the basis of a balanced scorecard]. Innovatsiina ekonomika = Innovative economy, № 6, P. 74–76 [in Ukrainian].

14. Olshanska, O. V., Puzyrova, P. V. (2022). Didzhitalizatsiia ekonomiky: zastosuvannia tsyfrovoykh tekhnolohii v ekonomichnii politytsi [Digitalisation of the economy: the use of digital technologies in economic policy]. Intehratsiia nauky i osvity: rozvytok kulturnykh i kreatyvnykh industrii : zbirnyk naukovykh prats za rezultatamy Vseukrainskoi konferentsii = Integration of science and education: development of cultural and creative industries: a collection of scientific papers based on the results of the All-Ukrainian conference, Kyiv, 10 May 2022 / edited by A. M. Vergun and others – Kyiv: KNUVD, P. 251–253. [in Ukrainian].

15. Puzyrova, P. V., Synytsia, S. (2023b). Sutnist didzhitalizatsii ta yii znachennia dlia biznesprotsesiv v umovakh staloho rozvytku [The essence of digitalisation and its importance for business processes in the context of sustainable development]. Upravlinnia biznesprotsesamy ta tekhnolohichnymy innovatsiiamy v

suchasnykh umovakh ta v pislivoiennyi period = Management of business processes and technological innovations in the current context and in the post-war period : collection of abstracts of the International Scientific Conference, Kyiv, 10–11 October 2023, Part 1, Kyiv : NTU, P. 204–207 [in Ukrainian].

16. Sadovskiy, Ie. P., Puzyrova, P. V. (2024). Innovatsiini klasteri: osoblyvist v konteksti didzhitalizatsii [Innovative clusters: a feature in the context of digitalization]. Naukovyi vymir osmyslennia ta poshuku optimalnykh modelei rozvytku Ukrainy: marketynhovi, ekonomichni, finansovi ta upravlinskyi aspekty = The scientific dimension of understanding and research optimal models of the development of Ukraine: marketing, economic, financial and management aspects : collection of materials of the International Scientific and Practical Conference, Kyiv, March 04–05, Kyiv: APSVT, P. 245–246 [in Ukrainian].

17. Sadovskiy, Ie. P., Puzyrova, P. V. (2023). Tsyfrovizatsiia biznesstruktur yak fenomen innovatsiinoho rozvytku [Digitalization of business structures as a phenomenon of innovative development]. Innovatyka v osviti, nauki ta biznesi: vyklyky ta mozhlyvosti = Innovation in education, science and business: challenges and opportunities: materials of the IV All-Ukrainian conference of higher education and young scientists, Kyiv, November 17, 2023, Vol. 2, Kyiv : KNUVD, P. 214–218 [in Ukrainian].

18. Pokalchuk, O. K., Puzyrova, P. V. (2023). Innovatsiinyi rozvytok natsionalnoho strakhovoho rynku u fokusi stratehichnykh priorytetiv [Innovative development of the national insurance market in the focus of strategic priorities]. Innovatyka v osviti, nauki ta biznesi: vyklyky ta mozhlyvosti = Innovation in education, science and business: challenges and opportunities: materials of the IV All-Ukrainian conference of higher education and young scientists, Kyiv, November 17, 2023, Vol. 2, Kyiv: KNUVD, P. 208–213 [in Ukrainian].

19. Pokalchuk, O. K., Puzyrova, P. V. (2024). Tsyfrovizatsiia strakhovoho biznesu: innovatsiinyi rozvytok v umovakh viiny [Digitalization of the insurance business: innovative development in times of war]. Naukovyi vymir osmyslennia ta poshuku optimalnykh modelei rozvytku Ukrainy: marketynhovi, ekonomichni, finansovi ta upravlinskyi aspekty = The scientific dimension of understanding and research optimal models of the development of Ukraine: marketing, economic, financial and management aspects : collection of materials of the International Scientific and Practical Conference, Kyiv, March 04–05, 2024 – Kyiv : APSVT, P. 234–236 [in Ukrainian].

20. Sadovskiy, Ie. P., Volodchenkov, O. P. (2024). Motyvatsiini mekhanizmy rozvytku innovatsiinykh klasteriv

IT-sfery v umovakh tsyfrovizatsiï [Motivational mechanisms for the development of innovative clusters of the IT sector in the context of digitalization]. Imperatyvy ekonomichnoho zrostantia v konteksti realizatsii Hlobalnykh tsilei staloho rozvytku = Imperatives of economic growth in the context of the implementation of the Global Sustainable Development Goals: materials of the V International Scientific and Practical Internet Conference, Kyiv, April 23, P. 149–151 [in Ukrainian].

21. Zaritska, N. M., Sattarov, M. H., Levchenko, V. V., Khoroshko, D. R. (2024). Stratehichniy instrumentarii innovatsiïnoho rozvytku intehrovanykh struktur biznesu v umovakh tsyfrovizatsii [Strategic tools for the innovative development of integrated business structures in the context of digitalization]. Imperatyvy ekonomichnoho zrostantia v konteksti realizatsii Hlobalnykh tsilei staloho rozvytku = Imperatives of economic growth in the context of the Global Sustainable Development Goals: materials of the V International Scientific and Practical Internet Conference, Kyiv, April 23, 2024, Kyiv : KNUTD, P. 174–176 [in Ukrainian].

22. Bondarchuk, L., Mazur, N., Tsalko, T. R., Kovalenko, M., Zaritska, N. M., Puzyrova, P. V. (2023). Innovatsiïnyi dyzain finansovo-upravlinskoho obliku ta vplyvu mihratsii naseleunia na rozvytok ahropidpriemstv v umovakh bezpekovykh ta informatsiïnykh ryzykiv [Innovative design of financial and management accounting and the impact of population migration on the development of agricultural enterprises in the context of security and information risks]. Finansovo-kredytna diïalnist: problemy teorii ta praktyky = Financial and credit activity: problems of theory and practice, Vol. 5 (52), P. 481–493 [in Ukrainian].

23. Hnatenko, I. A., Puzyrov, S. O. (2024). Innovatsiïnyi rozvytok pidpriemnytskykh biznes-odnyts v umovakh ekonomichnoi nestabilnosti [Innovative development of entrepreneurial business units in conditions of economic instability]. Problemy upravlinnia pidpriemstvamy v suchasnykh umovakh = Problems of management of enterprises in modern conditions : materials of the XX International Scientific and Practical Conference, Kyiv, April 17–18, 2024, Kyiv: NUFT, P. 31–33 [in Ukrainian].

24. Olshanska, O. V., Puzyrova, P. V. (2022). The innovative potential of integrated business structures: theoretical and methodological framework for evaluation and implementation = Innovatsiïnyi potentsial intehrovanykh struktur biznesu: teoretyko-metodychnyi bazys ot-siniuvannia ta realizatsii. Zhurnal stratehichnykh ekonomichnykh doslidzhen = Journal of Strategic Economic Studies, № 1 (6), P. 56–66 [in Ukrainian].

25. Synytsia, S. V., Puzyrova, P. V. (2023). Innovatsiïnyi rozvytok biznes-protsesiv u vektori didzhytalizat-

sii [Innovative development of business processes in the vector of digitalisation]. Innovatyka v osviti, nauksi ta biznesi: vyklyky ta mozhlyvosti : materialy IV Vseukrainskoi konferentsii zdobuvachiv vyshchoi osvity i molodykh uchenykh = Innovation in education, science and business: challenges and opportunities: materials of the IV All-Ukrainian conference of higher education applicants and young scientists, Kyiv, 17 November 2023, Vol. 2, Kyiv : KNUTD, P. 246–251 [in Ukrainian].

26. Synytsia, S. V., Puzyrova, P. V. (2024). Biznes-struktury ta biznes-protsesy: efektyvnist ta osoblyvosti [Business structures and business processes: efficiency and features]. Naukovi vymir osmyslennia ta poshuku optimalnykh modelei rozvytku Ukrainy: marketynhovi, ekonomichni, finansovi ta upravlinskyi aspekty = The scientific dimension of understanding and research optimal models of the development of Ukraine: marketing, economic, financial and management aspects : collection of materials of the International Scientific and Practical Conference, Kyiv, 04–05 March 2024, Kyiv : APS-VT, P. 247–248 [in Ukrainian].

27. Synytsia, S. V., Svyrydov, A. O. (2024). Kliuchovi stratehii innovatsiïnoho rozvytku biznes-protsesiv IT-pidpriemstv [Key strategies for innovative development of business processes of IT enterprises]. Imperatyvy ekonomichnoho zrostantia v konteksti realizatsii Hlobalnykh tsilei staloho rozvytku = Imperatives of economic growth in the context of the implementation of the Global Sustainable Development Goals: materials of the V International Scientific and Practical Internet Conference, Kyiv, 23 April 2024, P. 152–154 [in Ukrainian].

28. Timinskyi, O. H., Voitenko, O. S., Raichuk, I. V. (2021). Analiz modelei i metodiv didzhytalizatsii biznes-protsesiv [Analysis of models and methods of digitalisation of business processes]. Upravlinnia rozvytkom skladnykh system = Management of the development of complex systems, Issue 46, P. 38–47 [in Ukrainian].

29. Tkachuk, V. O., Obikhod, S. V., Zimina, N. P. (2020). Tsyfrovizatsiia biznes-protsesiv pidpriemstva v umovakh perekhodu v didzhytal-seredovyshche [Digitalisation of business processes of the enterprise in the conditions of transition to the digital environment]. Infrastruktura rynku = Market Infrastructure, Issue 47, P. 116–122 [in Ukrainian].

30. Puzyrova, P. V. (2022). Metody otsinky upravlinnia rozvytkom innovatsiïno-finansovoho potentsialu promyslovykh pidpriemstv v umovakh tsyfrovizatsii [Methods for assessing the management of the development of innovation and financial potential of industrial enterprises in the context of digitalization]. Modern directions of scientific research development : proceedings of 9th

International scientific and practical conference, Chicago, USA, 23–25 February, 2022, BoScience Publisher, Chicago, USA, P. 504–513 [in English].

31. Puzyrova, P. (2021). The algorithm for constructing a decomposition matrix of innovative risks: the degree of their influence on innovation potential for integrated business structures in dynamic conditions of modern development. Innovations and prospects of world science : proceedings of V International scientific and practical conference, Vancouver, Canada, 29–31 December 2021. – Perfect Publishing, Vancouver, Canada, 2021, P. 845–852 [in English].

Data about the author**Serhii Synytsia,**

PhD student at the Department of Smart Economics, Kyiv National University of Technologies and Design, Ukraine

e-mail: synytsia.sv@knutd.edu.ua

Дані про автора**Синиця Сергій Володимирович,**

аспірант кафедри смарт-економіки, Київський національний університет технологій та дизайну

e-mail: synytsia.sv@knutd.edu.ua

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 339

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953031>

KONONENKO A. I.

Features of strategic trade marketing in Ukraine under martial law

The subject of the research is the theoretical and practical aspects of researching the features of strategic trade marketing in Ukraine under martial law.

The aim of the research is to determine the main elements of strategic trade marketing, to study the key components of strategic trade marketing under martial law and to propose directions for adapting strategic trade marketing under martial law.

Research methods. The study used both general scientific and special research methods: induction and deduction, analysis and synthesis, graphical and analytical, tabular methods; interviews with experts, literature review, case studies and surveys.

Results of the investigation. It is determined that strategic trade marketing is a unique and specific branch of marketing that focuses on strengthening relationships and effective interaction between manufacturers and retailers. The author proves the importance of strategic trade marketing, which consists in developing and implementing strategies that increase the demand for goods from the end consumer through sales channels, which is achieved by optimizing the presentation of products, improving their perception at points of sale and ensuring a high level of customer service. Attention is focused on the importance of strategic trade marketing in modern business, since for manufacturers it is an opportunity to strengthen their positions on store shelves, for retailers it is a tool for optimizing the assortment, increasing sales and, as a result, increasing profitability. It has been established that effective trade marketing strategies contribute to the creation of a unique selling proposition, which is a key factor in a highly competitive market.

Scope of the results. Marketing, Digital marketing, Industrial marketing, Strategic marketing, Trade marketing, Economy, National economy.

Conclusions. The martial law in Ukraine has posed many new challenges for businesses, but also opened up opportunities for development and innovation. Strategic trade marketing, including flexibility, channel diversification, localization, brand loyalty, and digital technologies, is the key to successful adaptation in a crisis. Businesses that are able to respond quickly to changes and seize new opportunities will not only survive but also strengthen their market position. Thus, successful marketing strategies should take into account the changed conditions, be flexible, ethical and responsible. The

use of digital technologies and support for local communities are becoming key factors in maintaining competitiveness and consumer confidence. Thus, strategic trade marketing in the context of martial law in Ukraine requires not only strategic thinking and flexibility, but also great responsibility to society and consumers, where adaptation to new conditions and ethical leadership become key elements of successful functioning in difficult economic conditions.

Keywords: strategy, trade marketing, consumers, martial law, business, enterprises, strategic thinking, strategic trade marketing.

КОНОНЕНКО Г. І.

Особливості стратегічного торгового маркетингу в Україні в умовах воєнного стану

Предметом дослідження є теоретико–практичні аспекти дослідження особливостей стратегічного торгового маркетингу в Україні в умовах воєнного стану.

Метою дослідження є визначення основних елементів стратегічного торгового маркетингу, дослідження ключових складових стратегічного торгового маркетингу в умовах воєнного стану та запропоновано напрямки адаптації стратегічного торгового маркетингу в умовах воєнного стану.

Методи дослідження. При дослідженні було використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження: індукції та дедукції, аналізу та синтезу, графічно–аналітичний, табличний методи; інтерв'ю з експертами, огляд літератури, Кейс–стаді та опитування.

Результати роботи. Встановлено, що стратегічний торговий маркетинг, є унікальною та специфічною галуззю маркетингу, яка фокусується на зміцненні відносин та ефективній взаємодії між виробниками і роздрібними продавцями. Доведено вагомість стратегічного торгового маркетингу, що полягає в розробці та реалізації стратегій, які збільшують попит на товари у кінцевого споживача через канали збуту, що досягається шляхом оптимізації представленості продукції, покращення її сприйняття у точках продажу та забезпечення високого рівня обслуговування клієнтів. Акцентовано увагу на значенні стратегічного торгового маркетингу в сучасному бізнесі, оскільки для виробників це можливість зміцнити свої позиції на полицях магазинів, для ритейлерів це інструмент для оптимізації асортименту, збільшення продажів і, як наслідок, зростання прибутковості. Встановлено, що ефективні стратегії торгового маркетингу сприяють створенню унікальної торгової пропозиції, що є ключовим фактором в умовах жорсткої конкуренції на ринку.

Галузь застосування результатів. Маркетинг, цифровий маркетинг, промисловий маркетинг, стратегічний маркетинг, торговий маркетинг, економіка, національна економіка.

Висновки. Воєнний стан в Україні поставив перед бізнесом безліч нових викликів, але також відкрив можливості для розвитку та інновацій. Стратегічний торговий маркетинг, що включає гнучкість, диверсифікацію каналів збуту, локалізацію, брендову лояльність та цифрові технології, є ключем до успішної адаптації в умовах кризи. Підприємства, що здатні швидко реагувати на зміни та використовувати нові можливості, зможуть не лише вижити, але й зміцнити свої позиції на ринку. Так, успішні маркетингові стратегії повинні враховувати змінні умови, бути гнучкими, етичними та відповідальними. Використання цифрових технологій і підтримка локальних спільнот стають ключовими факторами для збереження конкурентоспроможності та довіри споживачів. Таким чином, стратегічний торговельний маркетинг в умовах воєнного стану в Україні вимагає від бізнесів не лише стратегічного мислення і гнучкості, але й великої відповідальності перед суспільством і споживачами, де адаптація до нових умов і етичне керівництво стають ключовими елементами успішного функціонування в важких економічних умовах.

Ключові слова: стратегія, торговельний маркетинг, споживачі, воєнний стан, бізнес, підприємства, стратегічне мислення, стратегічний торговий маркетинг.

Formulation of the problem. Today, Ukraine faces unprecedented challenges due to martial law, which has caused significant changes in all spheres of life, including the economic one. This situation requires businesses to quickly adapt and implement new strategies to remain competitive

and ensure uninterrupted operations. One of the key components of a successful business in such conditions is strategic trade marketing.

Strategic trade marketing has always played an important role in business development, helping to create demand and meet consumer needs. Under martial law, its importance is only growing as the economic situation becomes unstable and consumer behavior changes.

Analysis of research and publications on the issue. The topic of strategic trade marketing has always been the focus of attention of many economists. Particularly interesting are the issues of elements of strategic trade marketing, key components of strategic trade marketing and directions of adaptation of strategic trade marketing, which were in the focus of research by such scientists: V. Artemenko, I. Bubenets, H. Balov, P. Puzyrova, V. Blyzniuk, V. Hrosul, I. Bubenets, O. Chatchenko, C. Kovalchuk, L. Kudyrko, I. Sevruc, N. Kuzo, N. Kosar, L. Lypych, A. Lialiuik, I. Stepaniuk, A. Lialiuik, T. Sak, O. Mizina, I. Oliinyk, V. Orlova, N. Proskurnina, A. Savchuk, I. Sevruc, K. Sokoliuk, O. Kruchek, N. Trishkina, I. Shevchenko, I. Imnadze and others. However, the study of strategic trade marketing in the context of martial law in Ukraine has not yet been sufficiently covered, so this topic is undoubtedly relevant and requires further research.

The main material. Strategic trade marketing is a unique and specific branch of marketing that focuses on strengthening relationships and effective interaction between manufacturers and retailers. The importance of strategic trade marketing lies in the development and implementation of strategies that increase the demand for goods from the end consumer through distribution channels, which is achieved by optimizing the presentation of products, improving their perception at points of sale and ensuring a high level of customer service [1; 3; 4; 6; 7; 9; 10; 17; 20; 22; 24].

The development of strategic trade marketing began with an emphasis on improving the efficiency of sales when manufacturers began to realize the importance of not only producing quality products but also successfully selling them on the market. Previously, attention was mainly focused on branding and direct-to-consumer promotion, while today the strategic partnership between brands and retailers, including joint planning of marketing activities, product category management, logistics optimiza-

tion and other aspects that affect sales success, is gaining key importance [2; 5; 8; 11; 12; 13; 16].

It is difficult to overestimate the importance of strategic trade marketing in modern business, as it is an opportunity for manufacturers to strengthen their positions on store shelves, improve the availability of their products to end consumers and increase their brand loyalty. For retailers, strategic trade marketing is a tool for optimizing assortment, increasing sales and, as a result, increasing profitability. In addition, effective trade marketing strategies contribute to the creation of a unique selling proposition, which is a key factor in a highly competitive market [14; 15; 18; 19; 21; 23; 25].

Strategic trade marketing includes a set of measures aimed at promoting goods and services from the manufacturer to the end consumer. The main elements of strategic trade marketing are shown in Table 1 [1–9].

Under martial law, strategic trade marketing becomes especially important for the following reasons:

- changes in consumer priorities – during wartime, consumer priorities may change as demand for basic necessities and security increases;
- market instability – economic instability and logistical problems require adaptation of marketing strategies;
- support for domestic producers – in times of war, it is important to support domestic producers, which may affect marketing campaigns;
- communication with customers – it is important to maintain consumer confidence through transparent and clear communication.

The features of strategic trade marketing under martial law are shown in Figure.

Strategic trade marketing in the context of martial law in Ukraine goes beyond the usual business context and becomes extremely important in times of crisis and conflict. The martial law in Ukraine significantly changes the economic environment and necessitates the adaptation of marketing strategies for businesses of all sizes, which is caused by the following changes:

Changes in the consumer community. The military conflict significantly changes consumer priorities, where their needs and preferences can suddenly change depending on the situation on the front line. Marketers must be ready to respond quickly to changes in the consumer community and adapt product strategies.

Table 1. Elements of strategic trade marketing

№	Factor	Brief description
1	Market research	Analysis of consumer needs and behavior, competitors and general market trends
2	Positioning strategy	Identification of unique advantages of a product or service and its promotion in the market
3	Assortment development	Formation of a product portfolio that meets the needs of the target audience
4	Pricing policy	Setting prices that ensure competitiveness and profitability
5	Sales channels	Choosing the most effective ways to deliver products to consumers
6	Promotion	Use of advertising, PR and other communication activities to draw attention to the product

Source: [1–9]

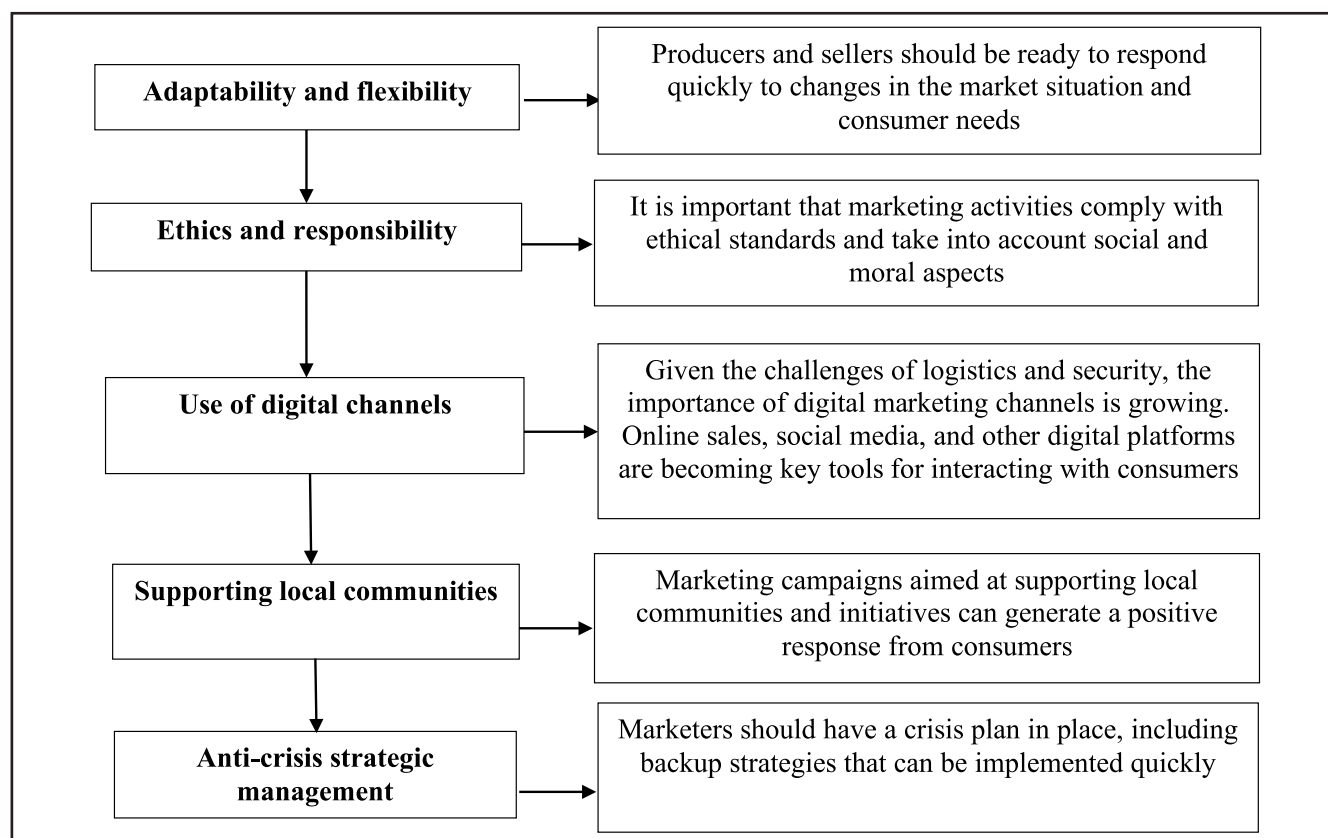


Fig. 1. Key components of strategic trade marketing under martial law

Source: [10–18]

Table 2. Areas of adaptation of strategic trade marketing under martial law

№	Direction	Short description
1	Flexibility and responsiveness	Businesses must be ready to quickly adapt to changes in market conditions and respond quickly to new challenges and opportunities
2	Diversification of sales channels	The use of alternative sales channels, such as online platforms and mobile applications, are becoming an integral part of the strategy to help compensate for losses from traditional sales methods and expand the audience
3	Localization of production and supply	In the context of disrupted international supply chains, it is important to develop local production and cooperation with local suppliers, which reduces dependence on imports and increases stability
4	Strengthening brand loyalty	In times of uncertainty, consumers tend to trust trusted brands. Marketing efforts should be aimed at building brand trust through communication, social responsibility and support of local communities

Source: [19–25]

Ethics and responsibility of brands. In wartime, companies are also under the scrutiny of public opinion. Their actions and statements can have a significant impact on the company's image. It is important to have a clear ethical position and choose communication strategies responsibly.

Support for the domestic market. For most businesses, the domestic market becomes a priority in times of crisis. Cooperation with local suppliers and support for local initiatives can help maintain stability in difficult times.

As a result, martial law has led to changes in consumer habits, supply chains, and economic stability. Consumers have become more cautious in their spending, requiring businesses to revise their pricing policies and focus on essential goods. Logistical problems caused by infrastructure destruction and security threats are forcing businesses to look for new ways to deliver goods. In such circumstances, strategic trade marketing becomes critical and includes the following main areas of adaptation (Table 2).

Conclusions

Thus, the martial law in Ukraine has posed many new challenges for businesses, but also opened up opportunities for development and innovation. Strategic trade marketing, including flexibility, channel diversification, localization, brand loyalty, and digital technologies, is the key to successful adaptation in a crisis. Businesses that are able to respond quickly to changes and seize new opportunities will not only survive but also strengthen their market position. Thus, successful marketing strategies should take into account the changed conditions, be flexible, ethical and responsible. The use of digital technologies and support for local communities are becoming key factors in maintaining competitiveness and consumer confidence. Thus, strategic trade marketing in the context of martial law in Ukraine requires not only strategic thinking and flexibility, but also a great responsibility to society and consumers, where adaptation to new conditions and ethical leadership become key elements of successful functioning in difficult economic conditions.

References:

1. Artemenko, V. S., Bubenets, I. H. (2013). Protses formuvannia ta realizatsii stratehii marketynhu v torhovelnii merezhi [The process of formation and implementation of marketing strategies in the trading network].

Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh = Economic strategy and prospects for the development of trade and services. – 2013. – Issue 2(2). – P. 100–105 [in Ukrainian].

2. Balov, H. Yu., Puzyrova, P. V. (2024). Stratehichnyi marketynh yak osnova stabilnosti funktsionuvannia biznesu [Strategic marketing as a basis for the stability of business functioning]. Vplyv hlobalizatsiinykh protsesiv ta tsyfrovoi transformatsii na formuvannia mizhnarodnoho ekonomichnoho klimatu ta finansovoi ekosystemy = The impact of globalization processes and digital transformation on the formation of the international economic climate and financial ecosystem. Poltava, March 28, 2024: PUET, 2024. PP. 294–297 [in Ukrainian].

3. Blyzniuk, V. M. (2021). Metryky v tsyfrovomu marketynhu pidpriemstv torhivli [Metrics in digital marketing of trade enterprises]. Marketynh i tsyfrovi tekhnolohii = Marketing and digital technologies. – 2021, № 2. – PP. 36–47 [in Ukrainian].

4. Hrosul, V. A., Bubenets, I. H., Chatchenko, O. Ye. (2017). Formuvannia stratehii rozvytku marketynhovo-ho potentsialu torhovelnogo pidpriemstva [Formation of a strategy for the development of the marketing potential of a trading enterprise]. Biznes Inform = Business Inform. – 2017. – № 1. – P. 347–352 [in Ukrainian].

5. Kovalchuk, C. V. (2015). Marketynhovi stratehii rozvytku torhovelnikh pidpriemstv [Marketing strategies for the development of trade enterprises]. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky = Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences. – 2015. – № 1. – C. 183–188 [in Ukrainian].

6. Kovalchuk, S. V. (2023). Problemni aspekty ta perspektyvy rozvytku treid-marketynhu na rynku torhivli avtozapchastynamy Ukrainy [Problematic aspects and prospects for the development of trade marketing in the market of trade in auto parts of Ukraine]. Transformatsiina ekonomika = Transformational Economics. – 2023. – № 1. – C. 28–34 [in Ukrainian].

7. Kramar, M. S., Puzyrova, P. V. (2019). Zastosuvannia marketynhovo-ho instrumentarii vprovadzhennia innovatsii u pidpriemnytsku diialnist [Application of marketing tools for introducing innovations into entrepreneurial activity]. Ekonomika, oblik, finansy ta pravo: analiz tendentsii ta perspektyv rozvytku = Economics, accounting, finance and law: analysis of trends and prospects for development. October 24, 2019 – In 7 parts – Part 3 – Poltava: CFEND, 2019. – PP. 58–59 [in Ukrainian].

8. Kudyrko, L. P., Sevruk, I. M. (2016). Marketynhovi stratehii yevropeiskykh rozdribnykh torhovelnikh mer-ezh v Ukraini [Marketing strategies of European retail

trade networks in Ukraine]. *Ekonomichnyi chasopys–XXI = Economic Journal–XXI*. – 2016. – № 158. – PP. 43–48 [in Ukrainian].

9. Kuzo, N. Ye., Kosar, N. S. (2022). Optova torhivlia v Ukraini: osnovni tendentsii rozvytku ta osoblyvosti marketynhovykh rishen sub'ektiv v umovakh voiennoho stanu [Wholesale trade in Ukraine: the main trends of development and features of marketing decisions of subjects under martial law]. *Ekonomika ta pravo = Economics and Law*. – 2022. – № 3. – PP. 106–114 [in Ukrainian].

10. Lypych, L. (2023). Multykanalni marketynhovi komunikatsii na pidpriemstvakh rozdribnoi torhivli [Multichannel marketing communications at retailers]. *Ekonomichnyi forum = Economic Forum*. – 2023. – № 1. – PP. 106–113 [in Ukrainian].

11. Lialuk, A., Stepaniuk, I. (2023). Marketynhovi pidkhody do stvorennia novykh formativ torhivli [Marketing approaches to the creation of new trade formats]. / A. Lialuk, // *Ekonomichnyi chasopys Volynskoho natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky = Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*. – 2023. – № 4. – PP. 174–182 [in Ukrainian].

12. Lialuk, A., Sak, T. (2022). Formuvannia omnikalnykh marketynhovykh stratehii v rozdribnii torhivli [Formation of omnichannel marketing strategies in retail]. *Ekonomichnyi chasopys Volynskoho natsionalnogo universytetu imeni Lesi Ukrainky = Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*. – 2022. – № 2. – PP. 99–107 [in Ukrainian].

13. Mizina, O. V. (2021). Suchasni tendentsii v formuvanni marketynhovoї stratehii torhovelnykh pidpriemstv [Modern trends in the formation of marketing strategy of trade enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky = Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences*. – 2021. – № 2. – PP. 121–127 [in Ukrainian].

14. Oliinyk, I. V. (2023). Perspektyvy vprovadzhennia heneratyvnoho shtuchnoho intelektu u sferi marketynhu y torhivli [Prospects for the introduction of generative artificial intelligence in the field of marketing and trade]. *Naukovyi visnyk Lotnoi akademii. Serii : Ekonomika, menedzhment ta pravo = Scientific Bulletin of the Flight Academy. Series: Economics, management and law*. – 2023. – Issue 8. – P. 110–115 [in Ukrainian].

15. Orlova, V. (2021). Matrychnyi treid: torhovi marketynh [Matrix trade: trade marketing]. *Marketynh v Ukraini = Marketing in Ukraine*. – 2012. – № 4. – PP. 10–17 [in Ukrainian].

16. Proskurnina, N. V. (2020). Marketynhovi zbutovi stratehii pidpriemstv rozdribnoi torhivli v umovakh tsyfro-

voi ekonomiky [Marketing and sales strategies of retailers in the digital economy]. *Visnyk KhNAU. Serii : Ekonomichni nauky = Bulletin of KhNAU. Series: Economic Sciences*. – 2020. – № 4(1). – PP. 99–113 [in Ukrainian].

17. Puzyrova, P. V. (2011). Znachennia marketynhovo doslidzhennia pry vyznachenni kliuchovykh faktoriv vplyvu na plan vyrobnytstva produktsii promyslovykh pidpriemstv [The importance of marketing research in determining the key factors of influence on the production plan of industrial enterprises]. *Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury : zbirnyk naukovykh prats = Problems of improving the efficiency of infrastructure: a collection of scientific papers*. – 2011. – Issue 30. – Kyiv: NAU, 2011. – P. 168–174 [in Ukrainian].

18. Puzyrova, P. V., Hryshchenko, O. (2020). Osnovy zabezpechennia ekonomichnoho zrostantia cherez informatsiino–marketynhovi tekhnologii v konteksti in-tehratsii osvity [Fundamentals of ensuring economic growth through information and marketing technologies in the context of education integration]. *Materialy II Mizhnarodnoi naukovo–praktychnoi konferentsii «Problemy in-tehratsii osvity, nauky ta biznesu v umovakh hlobalizatsii» = Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference «Problems of Integration of Education, Science and Business in the Context of Globalization»*. Kyiv, November 10, 2020 – Kyiv: KNUTD, 2020. – P. 168–170 [in Ukrainian].

19. Savchuk, A. M. (2014). Prohramne zabezpechennia stratehichnoho marketynhu pidpriemstv torhivli [Software of strategic marketing of trade enterprises]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnogo universytetu. Ekonomichni nauky = Bulletin of Khmelnytsky National University. Economic Sciences*. – 2014. – № 5(2). – PP. 145–148 [in Ukrainian].

20. Sevruk, I. M. (2013). Priorytety marketynhovykh stratehii mizhnarodnykh torhovelnykh merezh [Priorities of marketing strategies of international trade networks]. *Ekonomika ta derzhava = Ekonomika i derzhava*. – 2013. – № 4. – PP. 88–90 [in Ukrainian].

21. Sokoliuk, K. Yu., Kruchek, O. A. (2020). Korporatyvna kultura ta etyka spilkuvannia yak element komunikatsiinoi polityky marketynhu v systemi elektronnoi torhivli [Corporate culture and ethics of communication as an element of communication policy of marketing in the e-commerce system]. *Infrastruktura rynku = Market infrastructure*. – 2020. – Issue 41. – P. 157–162 [in Ukrainian].

22. Trishkina, N. I. (2011). Formuvannia marketynhovoї stratehii torhovelnoho optovoho pidpriemstva [Formation of the marketing strategy of a trade wholesale enterprise]. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy ro-*

zvytku sfery torhivli ta posluh = Economic strategy and prospects for the development of trade and services. – 2011. – Issue 1. – P. 574–582 [in Ukrainian].

23. Shevchenko, I. O., Imnadze, I. N. (2023). Zastosuvannya upravlinyskykh ta marketynhovykh innovatsiinykh tekhnolohii dlia zabezpechennia rozvytku tsyfrovoi torhivli na hlobalnykh rynkakh [Application of managerial and marketing innovative technologies to ensure the development of digital trade in global markets]. *Intelekt XXI = Intellect XXI*. – 2023. – № 1. – С. 47–52 [in Ukrainian].

24. Lozhachevska, O. et al (2023). Financial strategy of management for marketing and communication design in smart economy conditions. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. – 2023. – Vol. 45, No. 4. – PP. 314–333 [in English].

25. Tkachenko V. et al (2019). Theoretical and methodical approaches to the definition of marketing risks

management concept at industrial enterprises. *Marketing and Management of Innovations*. – 2019. – Issue 2. – P. 228–238 [in English].

Дані про автора

Кононенко Ганна Ігорівна,

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу Державного торговельно-економічного університету
ORCID: 0000-0002-4033-8538
e-mail: annuta30@gmail.com

Data about the author

Anna Kononenko,

D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Marketing State University of Trade and Economics
ORCID: 0000-0002-4033-8538
e-mail: annuta30@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953044>

МАРЧЕНКО В. М.
ГОРБАТЮК А. Г.

Методичні підходи щодо оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства

Предмет дослідження: методичні підходи до оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.

Мета статті: розглянути основні методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства, виділити їх переваги та недоліки, а також надати рекомендації щодо оптимального вибору та застосування цих підходів на практиці.

Результати роботи. У статті аналізуються ключові показники ефективності маркетингової діяльності підприємств, які охоплюють як фінансові, так і нефінансові аспекти. Дослідження підтверджує важливість інтеграції цифрових метрик та показників зростання рентабельності, які надають комплексне уявлення про успішність маркетингових стратегій. Особлива увага приділяється розумінню впливу маркетингових інвестицій на довгострокову конкурентоспроможність підприємств, що підкреслює необхідність постійного моніторингу та адаптації маркетингових підходів у динамічному ринковому середовищі.

Висновки. У сучасних умовах високої конкуренції ефективне управління маркетинговою діяльністю є критично важливим для успіху підприємства. Розробка методичних підходів до оцінювання ефективності маркетингових заходів дозволяє підприємству контролювати поточний стан справ і планувати майбутні дії на основі конкретних результатів. Різноманіття показників, що використовуються для оцінки ефективності маркетингу, забезпечує всебічну оцінку як фінансових, так і нефінансових аспектів діяльності, що сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень. Поєднання різних підходів, таких як аналіз фінансових показників і нефінансових аспектів, дозволяє отримати повну картину ефективності маркетингової діяльності. Використання систематичних і надійних методів оцінки забезпечує підприємству можливість підтримувати конкурентоспроможність, задовольняти потреби клієнтів і забезпечувати стабільний ріст на ринку.

Ключові слова: ефективність, маркетинг, управління, конкурентоспроможність, аналіз, стратегія, методи, підходи, інструменти.

Methodical approaches to evaluating the effectiveness of management of marketing activities of the enterprise

The subject of the study. *Methodical approaches to evaluating the effectiveness of management of marketing activities of the enterprise.*

The purpose of the article. *This article aims to consider the main methodological approaches to evaluating the effectiveness of the marketing activities of the enterprise, to highlight their advantages and disadvantages, as well as to provide recommendations on the optimal choice and application of these approaches in practice.*

Work results. *The article analyzes the key indicators of the effectiveness of marketing activities of enterprises, which cover both financial and non-financial aspects. The study confirms the importance of integrating digital metrics and profitability growth indicators that provide a comprehensive view of the success of marketing strategies. Special attention is paid to understanding the impact of marketing investments on the long-term competitiveness of enterprises, which emphasizes the need for constant monitoring and adaptation of marketing approaches in a dynamic market environment.*

Conclusions. *In modern conditions of high competition, effective management of marketing activities is critical for the success of the enterprise. The development of methodical approaches to evaluating the effectiveness of marketing activities allows the enterprise to monitor the current state of affairs and plan future actions based on specific results. The variety of indicators used to evaluate the effectiveness of marketing provides a comprehensive assessment of both financial and non-financial aspects of activity, which contributes to the adoption of informed management decisions. The combination of different approaches, such as the analysis of financial indicators and non-financial aspects, allows you to get a complete picture of the effectiveness of marketing activities. The use of systematic and reliable assessment methods provides the enterprise with the ability to maintain competitiveness, satisfy the needs of customers and ensure stable growth in the market.*

Keywords: *efficiency, marketing, management, competitiveness, analysis, strategy, methods, approaches, tools.*

Постановка проблеми. В умовах сучасного бізнесу ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства є ключовим аспектом для досягнення успіху та конкурентоспроможності на ринку. Однак для того щоб оцінити його ефективність, потрібні чіткі методичні підходи, які враховують складні аспекти маркетингових стратегій, їх вплив на бізнес-процеси та кінцеві результати. Методичні підходи до оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства становлять важливу складову сучасної бізнес-стратегії. Вони спрямовані на забезпечення оптимального використання ресурсів, максимізацію результативності маркетингових ініціатив і досягнення стратегічних цілей компанії. Оцінка ефективності дозволяє не лише визначити успішність застосованих підходів, але й зробити належні висновки для майбутнього розвитку бізнесу.

Ефективне управління маркетинговою діяльністю вимагає системного підходу до оцінювання результативності кожного етапу стратегії. Це

включає аналіз витрат на маркетингові заходи, оцінювання впливу на цільову аудиторію, а також моніторинг конкурентної обстановки. Напрацьовані методичні підходи дозволяють не лише виявити ефективні та неефективні аспекти стратегії, але й вчасно коригувати маркетингові плани для досягнення оптимальних результатів.

Крім того, важливо враховувати динамічний характер ринкових умов та швидкі зміни у споживчих уподобаннях. Професійний аналіз і оцінка дозволяють підприємствам не тільки уникнути стратегічних помилок, але й оперативно реагувати на зміни у середовищі. Такий підхід забезпечує стійкий розвиток компанії та її успішну адаптацію до викликів сучасного бізнесу.

Аналіз останніх наукових досліджень. Останні дослідження та публікації в галузі маркетингової діяльності та оцінювання ефективності маркетингових заходів відомими вченими, такими як Л. Балабанова [1], Ф. Котлер [2], Г. Ассель [3], О.С. Телетов [4], Л. Потрашкова [5], І. Кулиняк, С. База-

рко [6], Т. Дев'яченко [7], В. Морохова [8], висвітлюють різні аспекти і методології цього процесу. Вони досліджують ключові показники ефективності, такі як ROI, вплив на бренд, залучення та утримання клієнтів, а також використання сучасних технологій для аналізу даних та прогнозування результатів маркетингових ініціатив.

Мета статті: розглянути основні методичні підходи до оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства, виділити їх переваги та недоліки, а також надати рекомендації щодо оптимального вибору та застосування цих підходів на практиці. Зокрема, акцентовано увагу на таких аспектах, як аналіз ключових показників ефективності (KPI), використання сучасних аналітичних інструментів та технологій, а також роль інтегрованих маркетингових комунікацій у формуванні цілісного уявлення про результативність маркетингових зусиль.

Викладення основного матеріалу.

Однією з критичних складових сучасного бізнесу є ефективне управління маркетинговою діяльністю підприємства. Від того, наскільки добре організована і проведена маркетингова стратегія, залежить успіх та конкурентоспроможність компанії на ринку. Проте оцінювання ефективності цих заходів вимагає систематичного підходу та використання спеціалізованих методів, що враховують різні аспекти впливу маркетингових рішень на бізнес-процеси і кінцеві результати.

Основним завданням оцінювання є не лише визначення успішних та менш успішних маркетингових стратегій, але й формулювання рекомендацій для подальшого удосконалення діяльності компанії. Від правильно підібраних методичних підходів залежить можливість підприємства адаптуватися до змінних умов ринку та досягати стратегічних цілей.

В даному контексті важливо враховувати не лише кількісні показники, але й якісні аспекти ефективності маркетингових заходів, що дозволяє забезпечити комплексний підхід до управління маркетингом і досягти стійкої конкурентної переваги.

Спочатку потрібно визначити, що таке ефективність управління маркетинговою діяльністю підприємства. Ефективність в цьому контексті означає здатність підприємства досягати своїх маркетингових цілей з максимальними результатами при оптимальному використанні ресурсів. Це включає досягнення високої конкурентоспро-

можності на ринку, збільшення обсягів продажів, підвищення рівня впізнаваності бренду, залучення нових клієнтів і утримання існуючих, а також збільшення прибутку підприємства [9].

Для оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю використовуються різні показники і метрики, які відображають як кількісні, так і якісні аспекти його роботи. Важливо враховувати не лише фінансові результати, а й стратегічні цілі, які досягає компанія завдяки своїм маркетинговим ініціативам.

Ефективність маркетингової діяльності підприємства вимірюється низкою ключових показників, які відображають успіх маркетингових зусиль. Ці показники допомагають визначити, наскільки ефективно підприємство використовує свої ресурси для досягнення маркетингових цілей. Серед основних показників виділяють:

- обсяг продажів, що відображає загальний успіх маркетингових кампаній. Вимірюється як загальний обсяг товарів або послуг, проданих за певний період. Зростання обсягу продажів свідчить про успішність маркетингових зусиль і ефективність стратегії підприємства;

- частка ринку. Відображає позицію підприємства у порівнянні з конкурентами. Вираховується як відсоток продажів підприємства від загального обсягу продажів на ринку. Зростання частки ринку свідчить про конкурентоспроможність підприємства і успіх його маркетингової стратегії;

- рентабельність витрат на збут і просування (маркетингова рентабельність) є ключовим показником ефективності маркетингової діяльності підприємства. Вона вимірює співвідношення прибутку, отриманого від продажів до витрат на маркетинг та збут. Цей показник дозволяє оцінити ефективність використання ресурсів, оптимізувати витрати, приймати обґрунтовані рішення, підвищувати прибутковість та відстежувати ефективність маркетингових кампаній, що сприяє досягненню стратегічних цілей підприємства.

- рентабельність маркетингових заходів є важливим показником, який дозволяє оцінити ефективність витрат у маркетингові заходи. Він вимірює співвідношення прибутку, отриманого від маркетингових кампаній, до витрат на їх проведення. Висока рентабельність свідчить про те, що маркетингові зусилля приносять значний прибуток відносно вкладених коштів. Аналіз цього показника допомагає підприємствам

виявити найбільш ефективні маркетингові стратегії, оптимізувати витрати та максимізувати прибуток. Регулярний моніторинг рентабельності маркетингових заходів дозволяє приймати обґрунтовані рішення щодо розподілу бюджету, що сприяє підвищенню загальної ефективності маркетингової діяльності та досягненню стратегічних цілей підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій у галузі оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства показує, що дослідники активно досліджують нові підходи та методики для визначення впливу маркетингових стратегій на бізнес-процеси. Зокрема, зростає інтерес до використання аналітики даних для прогнозування результатів маркетингових кампаній, аналізу великих обсягів даних (big data) для зрозуміння поведінки споживачів та ефективності рекламних каналів.

Вітчизняні та зарубіжні дослідники, такі як Л. Балабанова, Ф. Котлер, Г. Ассель, Н. Макаревич, Н.В. Бутенко, О.С. Телетов, Г. Уолларда, Л. Потрашкова, І. Кулиняк, С. Базарко, Т. Дев'янченко, В. Морохова акцентують увагу на специфіці управління маркетинговими ресурсами в умовах внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, розглядають міжнародний досвід та найкращі практики у сфері оцінювання маркетингової ефективності, що сприяє удосконаленню стратегій та методик управління маркетингом. Також у своїх роботах вчені досліджують різні аспекти маркетингової ефективності, такі як вплив маркетингових інвестицій на фінансові результати, роль аналітики та великих даних у прийнятті маркетингових рішень, а також методи вимірювання та оцінки рентабельності маркетингових витрат.

Ф. Котлер і К. Л. Келлер розробили підхід, що передбачає виділення показників ефективності маркетингової діяльності в контексті зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Вони пропонують аналізувати зовнішні фактори, такі як ринкова частка, рівень задоволеності клієнтів і репутація бренду, а також внутрішні показники, включаючи ефективність використання ресурсів, продуктивність маркетингових кампаній і рентабельність маркетингових витрат. Такий підхід дозволяє підприємствам отримати всебічне уявлення про результати своїх маркетингових зусиль [2].

Проте при практичному застосуванні цієї методики виникають певні труднощі. Однією з ос-

новних проблем є складність збору та аналізу великої кількості даних, необхідних для оцінювання маркетингової ефективності. Багато підприємств не мають достатніх ресурсів або технологічних можливостей для виконання цього завдання [2].

Л.В. Балабанова у своїх дослідженнях зосереджується на розробці і вдосконаленні методів оцінювання ефективності маркетингових витрат. Вона пропонує системний підхід до аналізу впливу маркетингових інвестицій на фінансові результати компанії, включаючи розрахунок рентабельності маркетингових інвестицій (ROI) та методи оптимізації витрат. Її роботи спрямовані на підвищення точності оцінювання та ефективності управління маркетинговими ресурсами, що дозволяє підприємствам покращити свою конкурентоспроможність і досягти кращих фінансових результатів [1].

Г. Ассель визначає ефективність маркетингової діяльності за допомогою аналізу витрат на маркетинг та їх впливу на обсяги реалізованої продукції. Він акцентує увагу на важливості оцінювання маркетингових витрат у контексті їх впливу на продажі, підкреслюючи, що правильне розподілення та оптимізація цих витрат можуть суттєво підвищити ефективність маркетингових зусиль. Ассель Г. пропонує методи, які дозволяють точно вимірювати вплив маркетингових інвестицій на фінансові результати компанії, зокрема на обсяги продажів, і надає рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингових кампаній через оптимізацію витрат [3].

Деякі дослідники рекомендують використовувати збалансовану систему показників (BSC), розроблену Р. Капланом і Д. Нортеном. Відповідно до цієї методики, результати діяльності підприємства значною мірою залежать від розробленої маркетингової стратегії, яка оцінюється за чотирма ключовими напрямками: фінансова оцінка, оцінка внутрішніх процесів, оцінка клієнтів, а також оцінка інновацій та навчання [10].

Останні дослідження також акцентують увагу на значенні впровадження технологій штучного інтелекту та машинного навчання в процеси оцінювання маркетингової діяльності. Ці технології дозволяють автоматизувати процеси збору та аналізу даних, що допомагає менеджерам зробити обґрунтовані рішення на основі точних та зрозумілих даних.

Крім того, дослідники висвітлюють важливість інтеграції цифрових маркетингових стратегій та

платформ для взаємодії з клієнтами в реальному часі. Це включає використання соціальних мереж, мобільного маркетингу, персоналізацію контенту та ефективно управління кампаніями з використанням різноманітних аналітичних інструментів.

Загалом, останні дослідження підкреслюють важливість поєднання стратегічного підходу до маркетингу з передовими технологіями та аналітикою для досягнення успіху на конкурентному ринку.

На основі проведених досліджень можна зробити висновок, що оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства є багатограничним процесом, який вимагає комплексного підходу. Відомі науковці пропонують різні методичні підходи, кожен з яких має свої особливості.

Загалом, сучасні підходи до оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства ґрунтуються на інтеграції фінансових і нефінансових показників, використанні сучасних аналітичних інструментів, а також адаптації методів оцінювання до специфічних умов кожного підприємства. Це дозволяє отримувати більш точні та релевантні результати, сприяючи прийняттю обґрунтованих управлінських рішень і підвищенню загальної ефективності маркетингових зусиль.

Оцінювання ефективності маркетингової діяльності повинно базуватися на комплексному підході, що включає як фінансові, так і нефінансові показники. Важливо інтегрувати різні аспекти, такі як вплив витрат на маркетинг, ефективність рекламних кампаній, рівень задоволеності клієнтів, а також результати інновацій і навчання.

Збалансоване оцінювання, яке охоплює фінансові результати, ефективність внутрішніх процесів, споживчу оцінку і інноваційний потенціал, забезпечує всебічний аналіз і дозволяє отримати точніше уявлення про реальний вплив маркетингових зусиль на загальну діяльність підприємства. Використання сучасних аналітичних інструментів і технологій для збору та обробки даних також є критично важливим, оскільки це дозволяє отримувати більш достовірні і актуальні результати.

Ключовими факторами успішного оцінювання є інтеграція різних показників, адаптація методів до специфіки підприємства і постійне вдосконалення підходів до аналізу. Такий комплексний підхід дозволяє не лише точно вимірювати ефективність маркетингових кампаній, але й приймати обґрунтовані рішення для подальшого розвитку і оптимізації маркетингових стратегій.

Одним із найважливіших і найбільш використовуваних показників для оцінки ефективності маркетингової діяльності є показник ROMI (Return on Marketing Investment). Він дає можливість підприємствам об'єктивно оцінити, наскільки успішно вкладені в маркетинг ресурси сприяють збільшенню прибутку. ROMI дозволяє не лише виміряти фінансову віддачу від маркетингових заходів, а й допомагає керівництву приймати обґрунтовані рішення щодо оптимізації маркетингової стратегії та бюджету, роблячи його незамінним інструментом в арсеналі сучасного бізнесу.

ROMI (Return on Marketing Investment) — це показник, що оцінює ефективність інвестицій у маркетингові заходи. Він дозволяє виміряти, наскільки успішно маркетингові витрати перетворюються на додатковий прибуток для підприємства.

Формула для розрахунку ROMI:

$ROMI = \frac{\text{Додатковий дохід від маркетингових заходів} - \text{Маркетингові витрати}}{\text{Маркетингові витрати}} \times 100\%$

Позитивний ROMI (> 0%) вказує на те, що маркетингові заходи були ефективними і принесли додатковий прибуток. **Нульовий ROMI** (0%) означає, що маркетингова кампанія окупила витрати, але не принесла додаткового прибутку. **Негативний ROMI** (< 0%) свідчить про те, що витрати на маркетинг перевищили прибуток від кампанії, що вказує на неефективність заходів.

Перевагами використання ROMI є те, що показник показує, наскільки вигідними були маркетингові витрати. ROMI дозволяє порівнювати ефективність різних маркетингових заходів між собою. Також цей показник можна використовувати як для оцінки минулих, так і для планування майбутніх заходів. Недоліками ROMI є важкість визначення всіх складових додаткового прибутку, особливо якщо кампанія мала довгостроковий вплив. Також ROMI не враховує такі важливі фактори, як покращення іміджу бренду чи зростання лояльності клієнтів, які можуть мати довгостроковий вплив на бізнес.

Використання показника ROMI дозволяє підприємствам більш ефективно розподіляти маркетинговий бюджет, зосереджуючись на заходах, які приносять найбільшу віддачу.

Для ефективного управління маркетинговою діяльністю підприємства важливо використовувати різноманітні показники, які допомагають оцінити різні аспекти функціонування маркетингової підсистеми.

1. Стратегічне управління маркетингом потребує чіткого визначення цілей і ретельного аналізу динаміки прибутків. Серед ключових показників можна виділити рентабельність інвестицій, частку ринку, конкурентоспроможність продукту, імідж бренду та лояльність клієнтів. Важливими також є інновації в товарній політиці, рівень інвестицій у нові продукти та можливості вдосконалення виробничих процесів.

2. Ефективність організації маркетингових процесів оцінюється через взаємодію маркетингового відділу з іншими підрозділами, що забезпечує інтеграцію зусиль та узгодженість дій. Також враховується рівень адаптації маркетингових стратегій до зміни ринкових умов та виконання замовлень.

3. Мотивація працівників у маркетинговій діяльності є важливим аспектом, який впливає на загальну ефективність роботи. Основні показники тут включають доходи працівників, їх задоволеність роботою, а також ефективність виконання завдань. Кількість виконаних завдань у розрахунку на одного працівника є додатковим показником продуктивності.

4. Реалізація маркетингових планів оцінюється через обсяг продажів, рентабельність товарів, частку на ринку, а також рівень знижок і акцій. Важливими є також показники клієнтської задоволеності, зворотного зв'язку, ефективності комунікацій та рівня обслуговування клієнтів [11].

Для систематизації показників оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємства можна розподілити їх за основними складовими

маркетингу: продукт (товар), ціна, місце (розподіл), просування та людські ресурси (табл 1).

Ця систематизація дозволяє чіткіше побачити, як кожна складова маркетингу впливає на загальну ефективність маркетингової діяльності підприємства, і відповідно, які показники варто моніторити для досягнення поставлених цілей.

Таким чином, всебічний аналіз ефективності маркетингової діяльності потребує застосування комплексного підходу, що включає оцінку стратегічних, організаційних, мотиваційних і тактичних аспектів.

Вибір та використання показників для оцінювання ефективності маркетингової діяльності підприємства має відповідати певним вимогам, щоб забезпечити об'єктивність, точність та корисність отриманих результатів. Основні вимоги до таких показників включають:

- показники повинні відповідати поточним цілям і стратегіям підприємства. Це означає, що вибрані метрики мають відображати саме ті аспекти маркетингової діяльності, які є критично важливими для досягнення бізнес-цілей у конкретний момент часу. Актуальні показники дозволяють зосередитись на найбільш важливих аспектах маркетингу.
- показники повинні базуватися на точних і надійних даних. Недостатньо точні або некоректні дані можуть призвести до неправильних висновків і прийняття невірних рішень. Тому важливо забезпечити якість даних, з яких розраховуються показники, а також їх регулярне оновлення.
- важливо, щоб показники можна було порівнювати з минулими періодами, з показниками конку-

Таблиця 1. Показники оцінки ефективності маркетингової діяльності

Складова маркетингу	Показники оцінки ефективності
Продукт (Товар)	– Якість продукту (відповідність потребам клієнтів, задоволеність споживачів)
	– Імідж бренду (репутація на ринку, впізнаваність)
	– Інноваційність (частка інвестицій у нові продукти, технологічний рівень)
	– Асортимент (ширина і глибина товарного асортименту)
Ціна	– Цінова політика (відповідність ринку, сприйняття ціни споживачами)
	– Рентабельність (прибутковість товару/ послуги, рівень рентабельності інвестицій)
Місце (Розподіл)	– Доступність товару (охоплення ринку, рівень логістики та дистрибуції)
	– Задоволеність доставкою (швидкість та якість обслуговування при доставці)
Просування	– Охоплення ринку (частка ринку, проникнення на нові ринки)
	– Ефективність рекламних кампаній (зворотний зв'язок від клієнтів, вплив на продажі)
	– Комунікації з клієнтами (ефективність маркетингових каналів, взаємодія з клієнтами)
Людські ресурси	– Мотивація працівників (рівень задоволеності, доходи та ефективність працівників)
	– Організаційна взаємодія (координація маркетингових дій з іншими відділами, ефективність співпраці)

рентів або з індустріальними стандартами. Це дозволяє визначити динаміку змін, оцінити успішність маркетингових заходів у часі та порівняти результати з аналогічними компаніями на ринку.

- показники повинні бути достатньо гнучкими, щоб адаптуватися до змін у бізнес-середовищі та стратегії компанії. У міру розвитку підприємства та його ринку може виникнути потреба в коригуванні або заміні показників, щоб вони залишалися релевантними та корисними.

- жоден окремих показник не може повністю охопити всі аспекти маркетингової діяльності, тому важливо використовувати комплексну систему показників. Це дозволяє отримати більш об'ємне уявлення про ефективність маркетингу, враховуючи як фінансові, так і нефінансові аспекти, такі як задоволеність клієнтів, впізнаваність бренду тощо.

Дотримання цих вимог забезпечує точну та всебічну оцінку ефективності маркетингової діяльності, що сприяє прийняттю правильних стратегічних рішень і підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Також існує певний алгоритм оцінки ефективності маркетингового забезпечення діяльності підприємства. Алгоритм включає такі основні етапи:

1. *Діагностика маркетингового середовища функціонування промислового підприємства* — на цьому етапі здійснюється аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на маркетингову діяльність підприємства.

2. *Побудова SWOT-матриці* — аналізуються сильні та слабкі сторони підприємства, а також можливості та загрози зовнішнього середовища. Це допомагає визначити стратегічні напрями розвитку.

3. *Оцінка функціональної підсистеми маркетингу* — оцінюється ефективність основних маркетингових функцій, таких як збут, реклама, дослідження ринку тощо.

4. *Оцінка інструментальної підсистеми маркетингу* — аналізуються маркетингові інструменти, які використовуються для досягнення цілей (наприклад, PR, реклама, просування).

5. *Оцінка управління маркетинговими ресурсами* — досліджується ефективність використання ресурсів, виділених на маркетинг (фінансових, людських, матеріальних).

6. *Оцінка ефективності маркетингової діяльності* — на завершальному етапі оцінюється загаль-

на ефективність маркетингових заходів на основі визначених показників і аналізу результатів.

Цей алгоритм забезпечує систематичний підхід до оцінки та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Оцінка ефективності маркетингової діяльності є ключовим аспектом для забезпечення оптимального використання ресурсів і досягнення бізнес-цілей. Вона включає аналіз фінансових та нефінансових показників, що допомагає зрозуміти, наскільки ефективно реалізуються маркетингові стратегії і як вони впливають на загальний успіх підприємства. Важливо враховувати як короткострокові, так і довгострокові результати для отримання повної картини.

Для всебічної оцінки маркетингової діяльності важливо використовувати комплексний підхід, який включає стратегічні, організаційні, мотиваційні та тактичні аспекти. Основні показники, такі як рентабельність інвестицій, частка ринку, конкурентоспроможність продукту, імідж бренду та лояльність клієнтів, забезпечують детальне уявлення про ефективність маркетингових заходів. Крім того, важливо враховувати інновації, цінову політику, розподіл та ефективність рекламних кампаній. Також важливим інструментом для оцінки ефективності маркетингових витрат є показник ROMI (Return on Marketing Investment). Він дозволяє виміряти, наскільки інвестиції в маркетинг генерують додатковий прибуток. Позитивний ROMI свідчить про успішність кампаній і ефективність витрат, тоді як негативний показує їх неефективність.

Аналіз ефективності маркетингової діяльності має відповідати кількома ключовим вимогам: відповідність цілям підприємства, точність даних, можливість порівняння з минулими періодами та гнучкість. Використання комплексної системи показників дозволяє отримати обширне уявлення про маркетингову діяльність, що сприяє прийняттю обґрунтованих стратегічних рішень і підвищенню конкурентоспроможності компанії.

Висновки

У сучасних умовах високої конкуренції та швидких змін на ринку ефективно управління маркетинговою діяльністю стає критично важливим для успіху будь-якого підприємства. Одним із ключових завдань менеджменту є розробка методичних підходів до оцінювання ефективності маркетингових заходів. Це дозволяє підприєм-

ству не лише контролювати поточний стан справ, але й планувати майбутні дії, орієнтуючись на конкретні результати.

Різноманіття показників, які використовуються для оцінки ефективності маркетингу, дає можливість всебічно оцінити як фінансові, так і нефінансові аспекти маркетингової діяльності. Показники, такі як ROMI, ринкова частка, рівень конверсії дозволяють отримати чітке уявлення про те, наскільки успішно підприємство досягає своїх маркетингових цілей. Проте, для забезпечення об'єктивності оцінки необхідно враховувати низку вимог до показників, таких як їхня чіткість, актуальність, точність та гнучкість.

Оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства є складним і багатогранним процесом, який вимагає ретельного підходу та використання різноманітних методів і показників. Застосування лише одного підходу або показника може не дати повної картини стану справ у маркетингу, оскільки кожен аспект діяльності має свої особливості, які потрібно враховувати. Тому для досягнення максимальної об'єктивності та точності оцінювання доцільно використовувати комбінований підхід.

Поєднання різних методичних підходів, таких як аналіз фінансових показників, функціональний аналіз маркетингових підсистем, оцінка управління ресурсами та використання аналітичних інструментів, дозволяє отримати більш всебічну картину ефективності маркетингової діяльності. Наприклад, фінансові показники, такі як ROMI, дають уявлення про економічну доцільність маркетингових заходів, тоді як нефінансові показники відображають рівень задоволеності клієнтів і лояльність до бренду.

Загалом, методичні підходи до оцінки ефективності управління маркетинговою діяльністю дозволяють підприємству підтримувати високу конкурентоспроможність, забезпечувати стабільний ріст та задовольняти потреби своїх клієнтів. Використання систематичних і надійних методів оцінки сприяє більш обґрунтованому прийняттю управлінських рішень, що, в свою чергу, позитивно впливає на довгостроковий успіх підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: навчальний посібник. Київ : Професіонал, 2010. 288 с.

2. Келлер К.Л., Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 2008. 816 с

3. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: учебник для вузов. 1999. 804 с

4. Телетов О.С. Основи визначення ефективності роботи маркетингових служб на промисловому підприємстві. Механізм регулювання економіки. 2001. № 3–4. С. 179–200.

5. Потрашкова Л. В. Оцінювання маркетингової діяльності підприємства за критерієм створення майбутніх спроможностей до формування попиту. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 3. С. 47–55.

6. Кулиняк І. Я., Базарко С. В. Оцінювання та підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємств. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». 2017. Вип. 2(8). С. 94–100.

7. Дерев'янченко Т. Маркетинговий аудит: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни.

8. Морохова В., Соловей О., Герасим'як Н. Маркетинговий аналіз: навч. посіб. Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2011. 340 с.

9. Антонюк А. А. Вибір підходів до формування показників оцінки ефективності маркетингової діяльності на підприємстві. Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». 2007. № 2. С. 11–14.

10. Kaplan R. S., Norton D. P. Using the balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review. 1996. Vol. 74. No 1. P. 75–85.

11. Высочина М.В. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия. Культура народов Причерноморья. 2005. № 74. Т. 1. С. 27–30

References:

1. Balabanova L. V. Management of the marketing potential of the enterprise: training manual. Kyiv: Professional, 2010. 288 p.

2. Keller K.L., Kotler F. Marketing management. 2008. 816 p

3. Assel G. Marketing: principles and strategy: textbook for universities. 1999. 804 p

4. Teletov O.S. The basics of determining the effectiveness of marketing services at an industrial enterprise. Mechanism of economic regulation. 2001. No. 3–4. P. 179–200.

5. Potrashkova L. V. Evaluation of the marketing activity of the enterprise according to the criterion of creating future capabilities for the formation of demand. Marketing and innovation management. 2015. No. 3. P. 47–55.

6. Kulinyak I. Ya., Bazarko S. V. Evaluation and improvement of the efficiency of marketing activities of en-

terprises. Scientific Bulletin of Mukachevo State University. «Economy» series. 2017. Issue 2(8). P. 94–100.

7. Derevyanchenko T. Marketing audit: educational method. manual for self studied disciplines

8. Morokhova V., Solovei O., Gerasymyak N. Marketing analysis: teaching. manual Lutsk: RWV LNTU, 2011. 340 p.

9. Antonyuk A. A. Selection of approaches to the formation of indicators for evaluating the effectiveness of marketing activities at the enterprise. State and regions. «Economy and Entrepreneurship» series. 2007. No. 2. P. 11–14.

10. Kaplan R. S., Norton D. P. Using the balanced scorecard as a strategic management system. Harvard Business Review. 1996. Vol. 74. No. 1. R. 75–85.

11. Vysochyna M.V. Assessment of the effectiveness of the enterprise,s marketing activities. Culture of the peoples of the Black Sea region. 2005. No. 74. Vol. 1. P. 27–30

Дані про авторів

Марченко Валентина Миколаївна,

д. е. н., проф., Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

Горбатюк Андрій Григорович,

здобувач ОС «магістр», Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

e-mail:kubikrubik2304@gmail.com

Data about the authors

Valentyna Marchenko,

Dr. Econ. Science, Prof., Kyiv Polytechnic Institute named after Ihor Sikorskyi

Andrii Horbatyuk,

Acc. Master,s degree, Kyiv Polytechnic Institute named after Ihor Sikorskyi

e-mail:kubikrubik2304@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953054>

ШАБРАНЬКА Н. І.

Визначення перспективних технологічних трендів за напрямом «спеціальні засоби» (засоби протиповітряної оборони, радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку) на основі наукометричного та патентного аналізу

Предметом дослідження є глобальні тренди у сфері військових технологій за тематикою «Спеціальні засоби (у тому числі, засоби протиповітряної оборони, радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку)», визначені на основі досліджень даних міжнародних наукометричних та патентних баз.

Мета дослідження спрямована на визначення найбільш перспективних технологічних напрямів спеціальних засобів оборони та озброєння для подальшого прогнозування їх розвитку в найближчому майбутньому.

Методи дослідження. Порівняльний, логіко–структурний, аналітичний та системний аналіз.

Результати роботи. Проведене дослідження дозволить оцінити сучасний стан технологій в сфері озброєння та оборони за тематикою «Спеціальні засоби (у тому числі засоби протиповітряної оборони, радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку)». Для цього були виконані наступні кроки. По–перше, на основі Національного класифікатору ДК 020:2016 «Єдиний класифікатор предметів постачання» в сфері озброєння та техніки був сформований відповідний перелік, до якого ввійшли 95 ключових слів. По–друге, згідно ключових слів досліджено найперспективніші наукові та технологічні напрями з визначеної тематики з використанням БД Web of Science Core Collection (WoS) (наукові публікації) та БД Derwent Innovation (відомості про патенти із 59 світових патентних баз). По–третє, було визначено найперспективніші технологічні напрями сфери озброєння та оборони технологій, тобто напрями з найвищими темпами росту публікаційної й патентної активності, найвищими темпами росту цитованості та насиченістю патентами на ландшафтній карті.

Галузь застосування результатів. Економіка та управління національним господарством, методи і механізми регулювання економічних процесів та їх ефективність, перспективні напрями розвитку ВПК.

Висновки. Результатом цих досліджень стало визначення найперспективніших технологічних трендів у сфері озброєння та оборони за визначеною тематикою; серед них 19 видів засобів оборони та озброєння: пасивна ППО (введення противника в оману, розосередження та використання укриттів); протиповітряна оборона на великих і середніх висотах; зона розпізнавання ППО; «Непроникна» ППО; РЛС бокового огляду; РЛС з селекцією / індикацією рухомих цілей; РЛС з фазованою антенною решіткою; РЛС виявлення і супроводу (цілей); наземна РЛС раннього попередження (НАТО); засвічення на екрані РЛС (сигнали–перешкоди, ехо–сигнали або зображення, які заважають спостереженню за корисними сигналами); радіолокатор наведення; стаціонарний радар (РЛС) кругового спостереження; пошуковий радіолокатор; наземна загоризонтна РЛС; імпульсна РЛС; РЛС із багатоярусною антенною решіткою; РЛС дальнього виявлення / раннього попередження; завади на екрані індикатора РЛС.

Ключові слова: патентне дослідження, патентна активність, перспективний напрям, прогнозування.

SHABRANSKA N. I.

Determination of prospective technological trends in the field of «special equipment» (measuring air defense, radio location, radio electronic warfare and radio communication) on the basis of scientific and patent analysis

The subject of the study is global trends in the field of military technologies on the topic of «Special equipment (including means of air defense, radio location, radio electronic warfare and radio communication)», determined on the basis of data research of international scientific and patent databases.

The purpose of the research is aimed at determining the most promising technological directions of special means of defense and weapons for further forecasting their development in the near future.

Research methods. Comparative, logical–structural, analytical and systemic analysis.

Results of work. The conducted research will make it possible to assess the current state of technology in the field of armaments and defense on the topic of «Special means (including means of air defense, radar, electronic warfare and radio communication)». For this, the following steps were taken. First, on the basis of the National Classifier DK O2O:2016 «Uniform Classifier of Items of Supply» in the field of armaments and equipment, a corresponding list was formed, which included 95 keywords. Secondly, according to key words, the most promising scientific and technological areas of the specified topic were investigated using the Web of Science Core Collection (WoS) database (scientific publications) and the Derwent Innovation database (information on patents from 59 global patent databases). Thirdly, the most promising technological directions in the field of armaments and defense technologies were determined, that is, the directions with the highest growth rates of publication and patent activity, the highest growth rates of citations and saturation of patents on the landscape map.

The scope of the results. Economics and management of the national economy, methods and mechanisms of regulation of economic processes and their efficiency, promising directions of the development of the military–industrial complex (MIC).

Conclusions. The result of these studies was the identification of the most promising technological trends in the field of armaments and defense on a specific topic; among them 19 types of means of defense and weapons: passive air defense; High to Medium Air Defense (HIMAD); Air Defense Identification Zone (ADIZ); total air defense; side–looking airborne radar; moving–target indication radar; phased–array radar; search/tracker radar; early warning ground–based radar (EW GBR); radar clutter; guidance radar; 360° fixed radar; surveillance radar; over–the–horizon ground–based radar; pulse radar; stacked array radar; early warning radar station; grass.

Key words: patent research, patent activity, promising direction, forecasting.

Постановка проблеми. Російська агресія поставила нові виклики перед українськими оборонними підприємствами та дослідницькими організаціями. Відповіддю на цей виклик стало істотне зростання пропозицій новітніх розробок оборонного призначення від вітчизняної науки й промисловості. В той же час існують великі проблеми з оперативним масштабуванням виробництва новинок, особливо це торкається державних підприємств. Також існує проблема об'єднання багаточисленних розробок в єдину державну стратегію розвитку ВПК.

Сучасна війна ставить нові задачі перед розробниками, як то боротьба з багаточисельними малорозмірними цілями, як то дрони; створення спеціалізованих недорогих антидронових засобів ПВО; створення цілих лінійок засобів РЕБ, починаючи від індивідуальних переносних до великих стаціонарних, здатних надійно захистити великий об'єкт. Останніми роками відмічається значне зростання міжнародної конкуренції в сфері проектування та виробництва передових видів зброї, засобів протиповітряної оборони, радіолокації та інших видів визначення цілей, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку та ін. У військово-сухопутній сфері інноваційні процеси в провідних країнах охоплюють широкий спектр модернізацій та нововведень: альтернативні рушії та двигуни, джерела енергії для них, безпілотні апарати, роботизовані системи розвідки, інформаційного моніторингу та контролю змін наземного середовища. В системах зв'язку та управління активно впроваджується штучний інтелект, розробляються військові автоматизовані системи управління людськими та технічними ресурсами [1–3].

Всі ці процеси передбачають відповідні науково-технічні дослідження та проектні роботи; їх результати відображаються відповідним юридичним закріпленням результатів та авторства і патентною практикою.

Дослідження міжнародної патентної діяльності у цій сфері дає можливість визначити глобальні тренди наукового та технічного розвитку у військовій сфері та врахувати світовий досвід для забезпечення інноваційного розвитку військової галузі України.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Аналіз попередніх досліджень та публікацій з проблем воєнно-технічної політики свідчить про те, що автори, зазвичай, досліджували окремі

аспекти цієї проблематики. Багато робіт стосується проблем оборонно-промислового комплексу, військово-технічного співробітництва, науково-технічної, бюджетної та фінансово-інвестиційної політики.

Дослідженню засобів протиповітряної оборони, радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку присвячена велика кількість наукових робіт та публікацій як вітчизняних, так і закордонних фахівців. Так, можна виділи публікації, які стосуються засобів протиповітряної оборони (ППО), зокрема, роботи Б. Нізієнко [4], В. Алімпієв [5], Б. Генів [6], Є. Шинкарьов [7] представлено методичні підходи щодо оцінки ефективності системи управління силами та засобами ППО. М. Єрмошин [8] розглядає основні показники для оцінки ефективності функціонування системи ППО на сучасному етапі. Дослідження питань ефективності радіоелектронної боротьби містяться в роботах таких дослідників В. Балибин [9], Ю. Донсков [9], І. Линник. [10].

Досвід проведення досліджень глобальних технологічних трендів в сферах військового озброєння присутній в роботах В. Богомазової, Т. Кваша, Т. Писаренко, О. Паладченко, Т. Писаренко, Л. Рожкової, Н. Березняк, Н. Шабранської.

Метою статті є визначення найбільш перспективних технологічних напрямів для подальшого прогнозування їх розвитку в найближчому майбутньому.

Виклад основного матеріалу. Спеціальні засоби включають засоби протиповітряної оборони (ППО), в т. ч. на високих і середніх висотах, перехоплювачі, спостереження, пасивні ППО; радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку.

Протиповітряна оборона (ППО). Згідно з Єдиним класифікатором предметів постачання та визначенням глобальним технологічним трендом було сформовано перелік з 39 ключових слів / словосполучень.

У БД Web of Science [11] за період 2018–2022 рр. загальна кількість знайдених публікацій відповідної тематики у світі склала 12591. Відповідно, кількість українських публікацій становить 39 од., що складає 0,3% від загальної кількості публікацій у світі. У 2022 р. кількість публікацій за тематикою склала 3280 одиниць, що у 1,72 разів більше цього ж показника за 2018 р. Кількість цитування у світі у 2022 р. досягла 12512 од., що у 16,7 разів більше показника 2018 р.

Публікаційна активність, відсортована за країнами світу у 2018–2022 рр. показала, що найбільша кількість публікацій за визначеною тематикою припадає на такі країни: Китай – 2266 (18,0%), США – 1423 (11,3%) та Індія – 541 (4,4%). Україна займає 41 місце серед країн світу.

У таблиці 1 наведено організації з різних країн світу за тематикою «Протиповітряна оборона (ППО): обладнання, системи, зброя, засоби» за кількістю публікацій більше 100.

До ТОП-6 засобів ППО з найбільшими темпами цитування відносилися: (1) «Непроникна» ППО; (2) мобільна система ППО; (3) пасивна ППО; (4) «Залізний купол» (ізраїльська система ППО); (5) система протиповітряної оборони наземного базування; (6) протиповітряна оборона на великих і середніх висотах.

У БД Derwent Innovation [12] за 2018–2022 рр. кількість знайдених патентів у світі склала 324830. З них, виокремлено 255 українських патентів, що складає 0,1% від загальної кількості. Загальна кількість патентів у 2022 р. склала 84,5 тис. одиниць, що у 1,71 разів більше цього ж показника за 2018 р. Загальна активність патентування у світі за тематикою «Протиповітряна оборона (ППО): обладнання, системи, зброя, засоби» у період 2018–2022 рр. щорічно зростала в межах 2337–16630 одиниць.

Згідно патентної активності країн світу у 2018–2022 рр. найбільша кількість патентів за визначеною тематикою припадає на такі країни: Китай – 62,6 тис. од. (19,0%), США – 32,5 тис. од. (10,0%), російська федерація – 20,4 тис. од. (6,3%) та Південна Корея – 20,7 тис. од. (6,2%). Україна мала 0,1% від загальної кількості публікацій та зайняла 18 місце серед країн світу.

До ТОП-9 засобів ППО з найбільшими темпами патентування відносилися: (1) перехоплювач

ППО, ракета–перехоплювач, винищувач–перехоплювач; (2) «Непроникна» ППО; (3) розподіл цілей / зон ураження (між вогневыми засобами – в ППО); (4) зона розпізнавання ППО; (5) засоби ППО; (6) протиповітряна оборона на великих і середніх висотах; (7) артилерія ППО; (8) пасивна ППО; (9) протиповітряна та протиракетна оборона (ППО та ПРО).

Засоби радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку. Перелік ключових слів, сформований на основі Єдиного класифікатора предметів постачання, налічував 56 од.

У БД Web of Science [11] за 2018–2022 рр. кількість знайдених публікацій у світі склала 11757. Відповідно, кількість українських публікацій становить 60 од., що складає 0,51% від загальної кількості публікацій у світі. У 2022 р. кількість публікацій склала 3128 одиниць, що у 2,03 разів більше цього ж показника за 2018 р. Кількість цитувань у світі у 2022 р. досягла 11763 од., що у 16,2 разів більше показника 2018 р.

Згідно результату дослідження публікаційної активності країн світу у 2018–2022 рр. до трійки лідерів відносяться наступні країни: Китай – 2116 (18,0%), США – 1234 (10,5%), Німеччина – 444 (3,8%). Україна займає 34 місце серед країн світу.

У таблиці 2 наведено організації з різних країн світу за тематикою «Засоби радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку» за кількістю публікацій більше 100.

До ТОП-10 засобів радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку з найбільшими темпами цитування відносилися: (1) РЛС дальнього виявлення / раннього попередження; (2) РЛС керування вогнем; (3) РЛС із багатоярусною антенною решіткою; (4) стаціонарний радар (РЛС) кругового спостереження (5) РЛС міліметрового діапазону; (6) блок інтерфейс-

Таблиця 1. Перелік організацій за тематикою «Протиповітряна оборона (ППО)»

	Публікації 2018–2022 рр.
BEIHANG UNIV (Китай)	186
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY (Китай)	153
UNITED STATES DEPARTMENT OF DEFENSE (США)	141
AIR FORCE ENGINEERING UNIVERSITY (Китай)	139
AIR AND MISSILE DEFENSE COLLEGE AIR FORCE ENGINEERING UNIVERSITY (Китай)	132
CHINESE ACADEMY OF SCIENCES (Китай)	115
ZHEJIANG UNIVERSITY (Китай)	109
HARBIN INSTITUTE OF TECHNOLOGY (Китай)	102

Джерело: розроблено авторами на базі даних Web of Science

Таблиця 2. Перелік організацій за тематикою «Засоби радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку»

	Публікації 2018–2022 рр.
CHINESE ACADEMY OF SCIENCES (Китай)	345
UNIVERSITY OF CHINESE ACADEMY OF SCIENCES CAS (Китай)	173
WUHAN UNIVERSITY (Китай)	164
NATIONAL AERONAUTICS SPACE ADMINISTRATION NASA (США)	109
CENTRE NATIONAL DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE CNRS (Франція)	106
UNIVERSITY OF COLORADO SYSTEM (США)	103

Джерело: розроблено авторами на базі даних Web of Science

су управління РЛС вогневого засобу; (7) зниження ефективності РЛС; (8) наземна РЛС раннього попередження (НАТО); (9) РЛС введення (ракети) у промінь; (10) імпульсна РЛС.

У БД Derwent Innovation [12] за період 2018–2022 рр. кількість знайдених патентів у світі склала 570891. З них, виокремлено 308 українських патентів, що склало 0,1% від загальної кількості. У 2022 р. кількість патентів склала 161,1 тис. одиниць, що у 1,82 разів більше цього ж показника за 2018 р.

Патентна активності за країнами світу у 2018–2022 рр. показала, що найбільша кількість патентів за визначеною тематикою припадає на такі країни: Китай – 177,2 тис. од. (31,0%), США – 97,2 тис. од. (17,0%), Південна Корея – 42,9 тис. од. (7,5%). Україна зайняла 21 місце серед країн світу.

До ТОП–21 засобів радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку з найбільшими темпами патентування відносяться: (1) високочастотна загоризонтна РЛС; (2) радіоелектронна боротьба; забезпечення засобами радіоелектронної боротьби; (3) РЛС бокового огляду; (4) РЛС з селекцією / індикацією рухомих цілей; (5) РЛС з фазованою антенною решіткою; (5) РЛС виявлення і супроводу (цілей); (7) наземна РЛС раннього попередження (НАТО); (8) засвічення на екрані РЛС (сигнали–перешкоди, ехо–сигнали або зображення, які заважають спостереженню за корисними сигналами); (9) РЛС виявлення вогневих засобів; контрбатарейний радар; (10) радіолокатор наведення; (11) стаціонарний радар кругового спостереження; (12) пошуковий радіолокатор; (13) РЛС наведення ракет; (14) наземна загоризонтна РЛС; (15) імпульсна РЛС; (16) тактичні операції радіоелектронної боротьби; (17) РЛС із багатоярусною антенною решіткою; (18) РЛС дальнього виявлення / раннього попередження; (19) допоміжні заходи радіоелектронної боротьби; заходи забез-

печення РЕБ; (20) система обробки даних розвідки; (21) завади на екрані РЛС.

Для визначення кодів (Міжнародної патентної класифікації (МПК) у 2018–2022 рр. по тематичі «Спеціальні засоби (у тому числі засоби протиповітряної оборони, радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку)» було виконано три дослідження. Аналіз темпів зростання (спаду) кількості патентів за кодами (МПК) у 2018–2022 рр. Дослідження ландшафтних карт «Themes care» за відповідними кодами (МПК), розташованими на патентно–ненасичених ділянках, що підтверджує їх технологічну перспективність на найближче майбутнє. Дослідження ТОП–5 патентоволодільців з найбільшим індексом патентування за кодами (МПК) у 2018–2022 рр. в розрізі патентоволодільців.

За результатами дослідження МПК у світі були виявлені найперспективніші піднапрями за цими видами озброєння:

- засоби прицілювання або наведення для розосереджування вогню, що ведеться батареєю (F41G000304);
- апарати для метання снарядів або пуску реактивних снарядів із стволів (F41F000100);
- системи керування ракетами або снарядами (F41G000900);
- протиповітряні або протиракетні оборонні установки або системи (F41H001102);
- засоби наведення або керування для них (керування літальними апаратами; інші системи наведення, розміщені не тільки на борту; визначання місцезнаходження цілі за допомогою радіохвиль або інших хвиль; керування літальними апаратами взагалі; аспекти обчислювальних пристроїв) (F42B001501);
- засоби для захисту від завад (G01S000736);
- елементи конструкції систем, з використанням аналізу ехо–сигналів для характеристики ці-

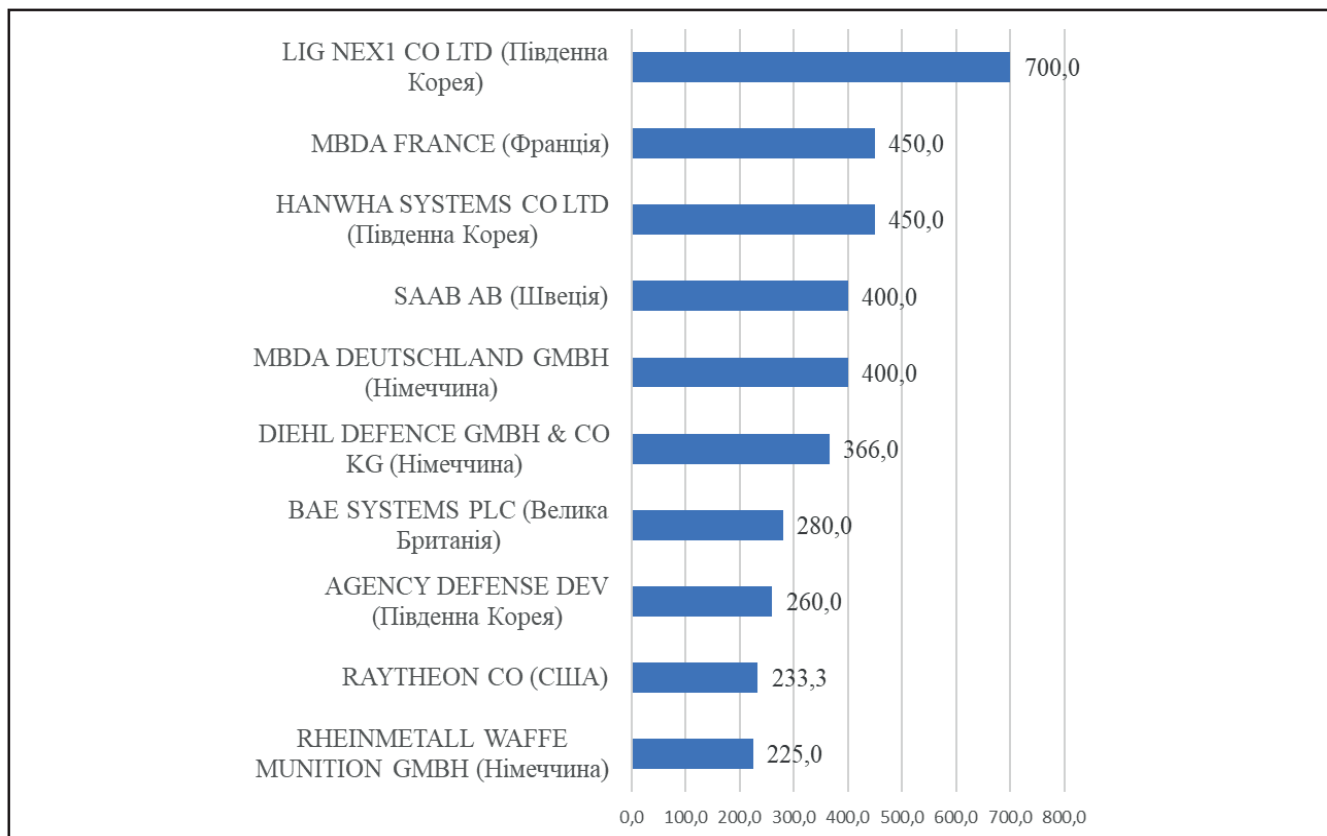


Рисунок 1. Патентоволодільці з найбільшим індексом патентування (2022/2018) за тематикою «Противітряна оборона (ППО): обладнання, системи, зброя, засоби», %

Джерело: розроблено авторами на базі даних Derwent Innovation

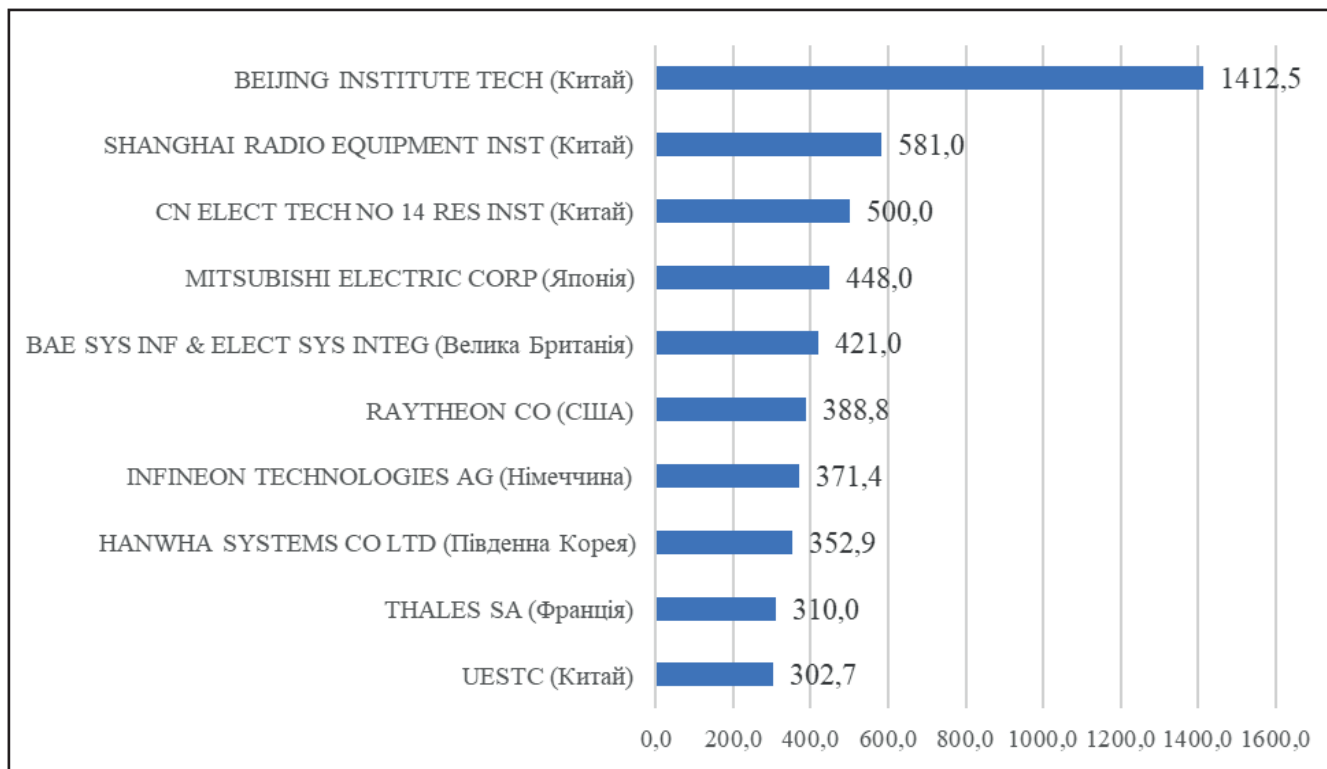


Рисунок 2. Патентоволодільці з найбільшим індексом патентування (2022/2018) за тематикою «Засоби радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку», %.

Джерело: розроблено авторами на базі даних Derwent Innovation

лі; комплексної характеристики цілі; поперечного перерізу цілі (G01S000741);

– системи, які використовують відбивання або перевипромінювання радіохвиль, наприклад радарні системи; аналогічні системи, що використовують відбивання або перевипромінювання хвиль, в яких довжина хвиль або тип хвиль несуттєві або не вказані (G01S001300);

– системи для визначання швидкості або траєкторії руху; системи для визначання знаку напрямку руху (G01S001358);

– комбінації радіолокаційних систем, наприклад первинних систем із вторинними (G01S001387);

– радіолокаційні або аналогічні системи, спеціально призначені для особливого застосування (електромагнітне розвідування або виявлення об'єктів, наприклад виявлення в ближній зоні) (G01S001388);

– одночасне керування положенням або курсом у трьох вимірах (G05D000110);

– антенні решітки з окремо збуджених антенних вузлів, однаково поляризованих і розміщених окремо (H01Q002106).

До світових патентоволоділців з найбільшим індексом патентування (2022/2018):

• за тематикою «Протиповітряна оборона (ППО): обладнання, системи, зброя, засоби» відносилися: LIG NEX1 CO LTD (Південна Корея) – 700,0%, MBDA FRANCE (Франція) – 450,0%; HANWHA SYSTEMS CO LTD (Південна Корея) – 450,0%.

• за тематикою «Засоби радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку» відносилися: BEIJING INSTITUTE TECH (Китай) – 1412,5%, SHANGHAI RADIO EQUIPMENT INST (Китай) – 581,0%; CN ELECT TECH NO 14 RES INST (Китай) – 500,0%.

Висновки

Згідно проведеного наукометричного аналізу публікаційної (БД WoS) та патентної баз (БД DI) за тематикою «Спеціальні засоби (у т. ч. засоби протиповітряної оборони, радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку)» у світі протягом 2018–2022 рр. було виявлено: щодо прогнозовано перспективних доцільно віднести 19 видів оборони та озброєння: пасивна ППО (введення противника в оману, розосередження та використання укриттів); протиповітряна оборона на великих і середніх висотах; зона розпізнавання ППО; «Непроникна» ППО; РЛС боково-

го огляду; РЛС з селекцією / індикацією рухомих цілей; РЛС з фазованою антенною решіткою; РЛС виявлення і супроводу (цілей); наземна РЛС раннього попередження (НАТО); засвічення на екрані РЛС (сигнали–перешкоди, ехо–сигнали або зображення, які заважають спостереженню за корисними сигналами); радіолокатор наведення; стаціонарний радар (РЛС) кругового спостереження; пошуковий радіолокатор; наземна загоризонтна РЛС; імпульсна РЛС; РЛС із багатоярусною антенною решіткою; РЛС дальнього виявлення / раннього попередження; завади на екрані індикатора РЛС.

в Україні було виявлено, щодо прогнозовано перспективних, доцільно віднести 9 видів оборони та озброєння: протиповітряна оборона на великих і середніх висотах; пасивна ППО (введення противника в оману, розосередження та використання укриттів); система протиповітряної оборони наземного базування; РЛС дальнього виявлення / раннього попередження; РЛС для перекриття мертвих зон, проміжна РЛС, допоміжна РЛС; РЛС міліметрового діапазону; РЛС наведення ракет; РЛС з фазованою антенною решіткою; імпульсна РЛС; блок інтерфейсу управління РЛС вогневого засобу.

Аналіз кодів МПК дало можливість встановити найперспективніші піднапрями за цими ж видами озброєння:

– засоби наведення або керування для них (керування літальними апаратами; інші системи наведення, розміщені не тільки на борту; визначання місцезнаходження цілі за допомогою радіохвиль або інших хвиль; керування літальними апаратами взагалі; аспекти обчислювальних пристроїв);

– апарати для метання снарядів або пуску реактивних снарядів із стволів;

– радіолокаційні або аналогічні системи, спеціально призначені для особливого застосування (електромагнітне розвідування або виявлення об'єктів);

– одночасне керування положенням або курсом у трьох вимірах;

– протиповітряні або протиракетні оборонні установки або системи;

– засоби прицілювання або наведення для розосереджування вогню, що ведеться батареєю;

– моделювальні пристрої для потреб навчання або тренування;

– системи керування ракетами або снарядами.

- системи для визначання швидкості або траєкторії руху; системи для визначання знаку напрямку руху;
- елементи конструкції систем, з використанням аналізу ехо-сигналів для характеристики цілі; комплексної характеристики цілі; поперечного перерізу цілі;
- системи, які використовують відбивання або перевипромінювання радіохвиль, наприклад радарні системи; аналогічні системи, що використовують відбивання або перевипромінювання хвиль, в яких довжина хвиль або тип хвиль несуттєві або не вказані;
- засоби для захисту від завад;
- радіолокаційні або аналогічні системи, спеціально призначені для особливого застосування (електромагнітне розвідування або виявлення об'єктів, наприклад виявлення в ближній зоні);
- антенні решітки з окремо збуджених антенних вузлів, однаково поляризованих і розміщених окремо;
- комбінації радіолокаційних систем, наприклад первинних систем із вторинними.

Список використаних джерел:

1. Кваша Т.К. Світові наукові та технологічні тренди у сфері забезпечення національної безпеки: наукова доповідь / Т.К. Кваша. – Київ: УкрІНТЕІ, 2019. – 99 с. – ISBN 978-966-479-109-7. DOI: <http://doi.org/10.35668/978-966-479-109-7>

2. Писаренко Т.В. Глобальні технологічні тренди у сфері озброєння та військової техніки [Електронний ресурс] / Т. Писаренко, Т. Кваша. – К.: УкрІНТЕІ, 2020. – 88 с. DOI: 10.35668/978-966-479-117-2

3. Шабранська Н. І. Світові технологічні тренди у розвитку систем оснащення бойових броньованих машин – танків / Н. І. Шабранська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2023. – № 9. – С. 102–112. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2023_9_15

4. Нізієнко Б.І. Аспекти удосконалення системи управління протиповітряною обороною України / Б.І. Нізієнко, С.А.Юхновський, С.А. Макаров // Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України. – Харків, 2017. – № 1 (26). – С. 17– 20.

5. Алімпієв В.А. Існуюча система ППО в зоні відповідальності ПвК, перспективи розвитку , система ППО майбутнього/ В.А. Алімпієв, В.О. Курочкін, С.П. Мазін // Новітні технології для захисту повітряного простору: зб. Тез доповідей Тринадцятої наукової конференції Харківського національного університету Повітря-

них Сил імені Івана Кожедуба. 12 – 13 квітня 2017р. – Харків, 2017 – С.26.

6. Генев Б.А. Проблемні питання та можливі напрямки підвищення ефективності організації міжвидової взаємодії під час виконання завдань за призначенням / Б.А.Генов, А.О. Бережний // Новітні технології для захисту повітряного простору: зб. Тез доповідей Тринадцятої наукової конференції Харківського національного університету Повітряних Сил імені Івана Кожедуба. 12 – 13 квітня 2017р. – Харків, 2017 – С.27.

7. Шинкарьов Є.М. Методичний підхід до оцінки ефективності системи управління протиповітряною обороною / Є.М. Шинкарьов, В.П. Городнов, С.В. Лазебник, О.Н. Мисюра // Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил. – 2017р. – № 2 (51). – С. 25– 27.

8. Ермошин М.О. Основні показники для оцінки ефективності функціонування системи протиповітряної оборони/ Ермошин М.О // Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил. – 2008р. – № 2 (17). – С. 14– 16.

9. Балыбин В.А., Донсков Ю.Е., Линник И.В. Радиоподавление современных систем радиосвязи// М.: Военная мысль. –2006. –№ 8. –С. 27 –30.

10. Лучук Е.В. Оцінка ефективності радіоподавлення сучасних засобів радіозв'язку АСУВ// Військово-технічнийзбірник. – 2010. – №2. – С.73 –77.

11. Міжнародних платформ «Derwent Innovation» URL: <https://www.derwentinnovation.com/login/>

12. Міжнародна патентна класифікація. URL: – <http://base.ukrpatent.org/mpk2009/index.html?level=c>

References:

1. Kvasha T.K. Svitovi naukovi ta tekhnolohichni trendy u sferi zabezpechennya natsionalnoyi bezpeky: naukova dopovid / T.K. Kvasha. – Kyiv: UkrINTEI, 2019. – 99 s. – ISBN 978-966-479-109-7. DOI: <http://doi.org/10.35668/978-966-479-109-7>

2. Pysarenko T.V. Hlobalni tekhnolohichni trendy u sferi ozbroynennya ta viyskovoyi tekhniky [Elektronnyy resurs] / T. Pysarenko, T. Kvasha. – K.: UkrINTEI, 2020. – 88 s. DOI: 10.35668/978-966-479-117-2

3. Shabranska N. I. Svitovi tekhnolohichni trendy u rozvytku system osnashchennya boyovykh bronovanykh mashyn – tankiv / N. I. Shabranska // Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2023. – № 9. – S. 102–112. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/frvu_2023_9_15

4. Niziyenko B.I. Aspekty udoskonalennya systemy upravlinnya protypovitryanoyu oboronoyu Ukrainy/

B.I.Niziyenko, S.A.Yukhnovsky, S.A. Makarov // Nauka i tekhnika Povitryanykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny. – Kharkiv, 2017. – № 1 (26). – S. 17– 20.

5. Alympyev V.A. Isnuyuucha systema PPO v zoni vidpovidalnosti PvK, perspektyvy rozvytku, systema PPO maybutnoho/ V.A. Alimpiyev, V.O. Kurochkin, S.P. Mazin // Novitni tekhnolohiyi dlya zakhystu povitryanoho prostoru: zb. Tez dopovidey Trynadtsyatoyi naukovoyi konferentsiyi Kharkivskoho natsionalnoho universytetu Povitryanykh Syl imeni Ivana Kozheduba. 12 – 13 kvitnya 2017r. – Kharkiv, 2017 – S.26.

7. Shynkar,ov YE.M. Metodychnyy pidkhid do otsinky efektyvnosti systemy upravlinnya protypovitryanoyu oboronoyu / YE.M. Shynkarov, V.P.Horodnov, S.V. Lazebnyk, O.N. Mysyura // Zbirnyk naukovykh prats, Kharkivskoho natsionalnoho universytetu Povitryanykh Syl. – 2017r. – № 2 (51). – S. 25– 27.

8. Yermoshyn M.O. Osnovni pokaznyky dlya otsinky efektyvnosti funktsionuvannya systemy protypovitryanoyi oborony/ Yermoshyn M.O // Zbirnyk naukovykh prats, Kharkivskoho natsionalnoho universytetu Povitryanykh Syl. – 2008r. – № 2 (17). – S. 14– 16.

9. Balybyn V.A., Donskov YU.E., Lynnyk Y.V. Radyopodavlenye sovremennykh system radyosvyazy// M.: Voennaya mysl., –2006. –No 8. –S. 27 –30.

10. Luchuk E.V. Otsinka efektyvnosti radiopodavleniya suchasnykh zasobiv radiozvyazku ASUV// Viyskovo–tekhnichnyy zbirnyk. –2010. –No2.–S.73 –77.

11. International platforms «Derwent Innovation» URL: <https://www.derwentinnovation.com/login/>

12. International patent classification. URL: – <http://base.ukrpatent.org/mpk2009/index.html?level=c>

Дані про автора

Шабранська Наталія Ігорівна,

к. е. н., с. н. с. ДНУ «Український інститут науково–технічної експертизи та інформації»

e-mail: tasha.stanker@gmail.com

Data about author

Natalia Shabranska,

PhD in Economics, Senior Researcher of State Institution «Ukrainian Institute of Scientific and Technical Expertise and Information»

e-mail: tasha.stanker@gmail.com

УДК 338.2

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953062>

ХОДЖАЯН А. Р.

Державна підтримка малого підприємництва в Україні

Предмет дослідження. В даній статті досліджено комплекс напрямів, методів і засобів державного впливу на діяльність суб'єктів малого підприємництва з метою створення необхідних умов їх функціонування і розвитку.

Мета дослідження. Узагальнення існуючих напрацювань у сфері державної підтримки та інституційного забезпечення функціонування малого підприємництва; визначення основних проблем та перешкод функціонування малого підприємництва в умовах повномасштабної війни та визначення ключових напрямів і інструментів державного стимулювання розвитку малих підприємств України.

Методи дослідження. У роботі використані методи наукової абстракції і системно–структурного аналізу (при визначенні необхідних умов і напрямів інституційного забезпечення державної підтримки малого підприємництва); методи аналізу та синтезу (при систематизації і узагальненні інструментів державної підтримки малого підприємництва в розрізі фіскальних, грошово–кредитних, інфраструктурних, організаційно–правових напрямів); системний і функціональний методи дослідження (в процесі аналізу проблем функціонування малого підприємництва в Україні в умовах повномасштабної війни та встановлення основних дисфункцій підприємницького середовища в Україні).

Результати роботи. Систематизовано і узагальнено напрями і інструменти державної підтримки малого підприємництва, що передбачені чинним національним законодавством та мають місце в зарубіжній практиці. Визначено, що підтримка малого підприємництва з боку держави здійснюється двома шляхами: по–перше, як фінансова і організаційна допомога у формуванні первісного капіталу для створення малих підприємств; по–друге, як комплекс заходів щодо забезпечення сприятливих умов для розвитку діючих малих підприємств. В процесі аналізу проблем функціонування малого підприємництва в Україні в умовах повномасштабної війни встановлено основні

причини стримування розвитку малого підприємництва в Україні та визначено ключові напрями і інструменти державного стимулювання підприємництва України в умовах війни.

Галузь застосування результатів. Економічна галузь: державне регулювання національної економіки, економічна політика, економіка бізнесу.

Висновок. Виходячи з розуміння ролі малого підприємництва як системоутворюючого елементу національної економіки, що сприяє структурній перебудові економіки, зміцненню економічної бази країни, збільшує загальні обсяги виробництва і роздрібного товарообороту, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції, стимулює впровадження досягнень науково-технічного прогресу і забезпечує зайнятість населення, державна підтримка розвитку малого підприємництва є важливим інструментом узгодження інтересів держави та бізнесу.

Ключові слова: мале підприємництво, державна підтримка, причини стримування розвитку малого підприємництва в Україні, напрями і інструменти державної підтримки малого підприємництва.

KHODZHAIAN A. R.

State support of small business in Ukraine

The subject of the study is complex of directions, methods and means of state influence on the activities of small business entities in order to create the necessary conditions for their functioning and development.

The purpose of the study is generalization of existing developments in the field of state support and institutional support for the functioning of small business; identification of the main problems and obstacles to the functioning of small business in the conditions of a full-scale war and identification of key directions and instruments of state stimulation of the development of small business of Ukraine.

Research methods. The work uses the methods of scientific abstraction and system-structural analysis (when determining the necessary conditions and directions of institutional provision of state support of small business); methods of analysis and synthesis (when systematizing and generalizing instruments of state support of small business in terms of fiscal, monetary, infrastructural, organizational and legal directions); systemic and functional methods of research (in the process of analyzing the problems of the functioning of small business in Ukraine in the conditions of a full-scale war and establishing the main reasons for restraining the development of small business in Ukraine).

Work results. The directions and instruments of state support of small business, which are provided for by the current national legislation and have a place in foreign practice, have been systematized and summarized. It was determined that the state supports of small business in two ways: first, as financial and organizational assistance in the formation of initial capital for the creation of small enterprises; secondly, as a set of measures to ensure favorable conditions for the development of existing small enterprises. In the process of analyzing the problems of the functioning of small business in Ukraine in the conditions of a full-scale war, the main reasons for restraining the development of small business in Ukraine were determined, and the key directions and instruments of state support Ukrainian businesses.

Field of application of results. Economic branch: state regulation of the national economy, economic policy, business economics.

Conclusion. Based on the understanding of the role of small business as a system-forming element of the national economy, which contributes to the structural restructuring of the economy, strengthening the economic base of the country, increases the total volume of production and retail turnover, creates a favorable environment for the development of competition, stimulates the implementation of achievements of scientific and technical progress and ensures employment of the population, State support of small businesses is an important tool for coordinating the interests of the state and business.

Keywords: small business, state support, reasons for restraining the development of small business in Ukraine, directions and instruments of state support of small business.

Постановка проблеми. Військова агресія в Україні та її наслідки обумовлюють необхідність масштабної відбудови національної економіки. Обмежені ресурсні можливості держави, інфраструктурний і бюджетний дефіцит, а також передбачувані ризики іноземного фінансування через повномасштабне військове вторгнення РФ на територію України спонукають до пошуку альтернативних каналів активізації господарської діяльності.

Як засвідчує світогосподарська практика, мале підприємництво є самостійним і незамінним елементом підприємницького сектору національної економіки, що сприяє структурній перебудові економіки, зміцненню економічної бази країни, збільшує загальні обсяги виробництва і роздрібного товарообороту. Крім вищезазначеного, розвиток малого підприємництва створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції і, як наслідок, стимулює впровадження досягнень науково-технічного прогресу, забезпечує зайнятість значної частини населення, створює передумови для становлення середнього класу.

Виходячи з розуміння ролі малого бізнесу як системоутворюючого елемента національної економіки у розвинених країнах світу приділяють значну увагу розвитку малого і середнього бізнесу. Державна підтримка розвитку малого підприємництва є важливим інструментом узгодження інтересів держави та бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Державна підтримка суб'єктів малого і середнього бізнесу є предметом дослідження багатьох науковців у сфері економіки і фінансів. Питання державної підтримки малого підприємництва в Україні та провідних країнах світу висвітлюються на сторінках наукових видань такими вітчизняними вченими, як Бедринець М.Д. [1], Бутенко А., Сараєва І.[2], Варналій З.С.[3], Дмитрук А.В. [4], Филюк Г.М. [5] та інші. Окрім цього, є наукові праці, присвячені: дослідженням сутності, джерел формування та напрямів ефективного використання фінансових ресурсів підприємства та державній підтримці малого бізнесу в конкретних умовах. – Варналій З. С., [6], Іванов Ю.Б. [7], Фастовець А.А., Федосов В. М., Фисун І.В. [8]. та інші. Однак в умовах військової агресії РФ високі ризики і невизначеність довгострокових очікувань бізнесу і споживачів потребують реалізації новітніх механізмів державної підтримки розвитку підприємництва як детермінанти повоєнного

відновлення і модернізації національної економіки, що вимагає подальших наукових досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Дослідити напрями і інструментарій державної підтримки розвитку малих підприємств та їх особливості в умовах розвитку військової агресії в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Передумовою успішного розвитку малого бізнесу є його державна підтримка, під якою слід розуміти комплекс форм, методів і засобів державного впливу на діяльність підприємств та організацій з метою створення необхідних умов їх функціонування і розвитку.

Світова і національна практики інституційного забезпечення розбудови підприємництва містять такі необхідні умови і напрями державної підтримки:

- стабільна національна кредитно-грошова система;
- податкові пільги та інші фіскальні стимули;
- система інфраструктурної підтримки (комерційні банки, товарно-
- сировинні біржі, страхові компанії, науково-консультативні та програми підготовки спеціалістів);
- державна підтримка підприємництва в галузі фінансів і матеріально-технічного забезпечення;
- державне гарантування кредитів за участю коштів бюджету та приватних фінансових установ;
- захист промислової та інтелектуальної власності;
- спрощена процедура регулювання підприємницької діяльності державними органами управління;
- правова захищеність підприємництва;
- сприяння у пошуках партнерів і з виходом на зовнішні ринки;
- формування в суспільстві привабливого іміджу підприємництва.

Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», який визначає загальні положення щодо державної підтримки і розвитку цього сектору економіки, встановлює форми і методи державного стимулювання та регулювання діяльності суб'єктів малого підприємництва [10].

В табл. систематизовано і узагальнено напрями і інструменти державної підтримки розвитку малого підприємництва, що передбачені чинним національним законодавством та мають місце в зарубіжній практиці.

Таблиця 1. Напрями і інструменти державної підтримки розвитку малого підприємництва

Фіскальні стимули	Податкові знижки.
	Податкові пільги.
	Податкові канікули.
Грошово-кредитні стимули	Пільгові кредити.
	Дотації. Субсидії. Субвенції.
	Державне гарантування кредитів.
	Відшкодування відсотків за кредитами.
Інфраструктурні стимули	Розбудова освітньої і професійної системи підготовки спеціалістів (заклади освіти, навчальні центри).
	Розвиток комерційних, облікових і юридичних служб, що надають послуги малому бізнесу.
	Розбудова закладів, які забезпечують загальні умови розвитку підприємництва (бізнес-інкубатори, технопарки, лізингові, консалтингові, аудиторські, юридичні фірми).
	Розвиток і надання спрощеного доступу до об'єктів фізичної інфраструктури.
	Інформаційне забезпечення бізнесу щодо можливостей отримання різноманітних послуг
Організаційно-правові стимули	Налагодження співробітництва з МФО.
	Захист промислової і інтелектуальної власності.
	Спрощена система обліку та звітності підприємств.
	Розбудова системи спеціалізованих урядових закладів та організацій для підтримки малого підприємництва з державним або змішаним капіталом.
	Розбудова нормативно-правової бази щодо підтримки МСП.

Джерело: складено автором

Підтримка малого підприємництва з боку держави здійснюється двома шляхами: 1) фінансова допомога у формуванні первісного капіталу для створення малих підприємств; 2) забезпечення сприятливих умов для розвитку діючих малих підприємств.

Серед методів і видів державної підтримки малого підприємництва виокремлюють прямі і непрямі (табл. 2.).

Пряма фінансова підтримка здійснюється через такі форми: надання субсидій, субвенцій, формування державних фондів, створення спеціалізованих фінансових установ, зменшення оплати за ліцензування діяльності і сертифікацію продукції.

Фінансове забезпечення програм підтримки малого підприємництва здійснюється за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, позабюджетних коштів, у тому числі коштів одержаних від приватизації державного майна та інших джерел фінансування, приватних та іноземних інвестицій.

В сучасних умовах переважають непрямі методи державного стимулювання розвитку малого підприємництва: податкові знижки (або повне звільнення від податків); податкові пільги; прискорена амортизація; знижки на науково-дослідні роботи; знижки на витрати, пов'язані з підготовкою кадрів для підприємницької діяльності та ін.

Реформа децентралізації в Україні, що розпочалася у 2014 році, розширила повноваження міс-

цевих громад, зокрема, що стосується підтримки малого підприємництва. Відповідно до статті 14, пункту 2 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» державна політика малого підприємництва на місцевому рівні реалізується шляхом впровадження регіональних та місцевих програм [10]. Ключова роль у здійсненні зазначених заходів належить місцевим органам виконавчої влади та місцевим органам самоврядування. Серед заходів регіональної підтримки розвитку малого підприємництва слід виокремити такі заходи ресурсного забезпечення: запровадження спеціальних умов при передачі підприємствам малого бізнесу комунального майна на умовах оренди, лізингу тощо; виділення земель для організації фермерських господарств; інформаційне забезпечення діяльності малого підприємництва через створення на регіональних веб сайтах спеціальної сторінки для ділового інформування. Найбільш важливими інструментами грошово-кредитного стимулювання розвитку малого бізнесу на місцях є часткове відшкодування з місцевих бюджетів відсотків за кредитами; використання понижуючого коефіцієнта при розрахунку орендних ставок для малих підприємств, що працюють за пріоритетними напрямками, та для підприємців-початківців; численні програми фінансування МСП, що

Таблиця 2. Класифікація методів і видів державної підтримки малого підприємництва

	Організаційно-структурна підтримка	Фінансово-податкова підтримка	Майнова підтримка
Прямі методи	Ведення реєстру малих підприємств. Спрощений порядок реєстрації бізнесу – вилучення мінімальної плати за ліцензування діяльності і сертифікацію продукції; – упорядкування системи контролю і перевірок малих підприємств; – забезпечення соціальної безпеки (боротьба з кримінальним рекетом)	За спрощеним порядком подання фінансової звітності і ведення бухгалтерського обліку. Дозвіл на використання прискореної амортизації. Введення пільгового режиму оподаткування. Пільгове кредитування високоєфективних інвестиційних проектів, пов'язаних з державними (регіональними, місцевими) інтересами. Застосування пільгових митних тарифів та інші форми митної підтримки	Встановлення пільгових умов надання в оренду приміщень і обладнання, що перебувають у державній власності, а також формування державних лізингових компаній. Наукowo-технічна підтримка
Непрямі методи	Нормативно-правове забезпечення, державне замовлення для великих фірм з обов'язковим залученням малих (на засадах франчайзингу, субпідряду та лізингу). Інформаційно-маркетингове забезпечення (створення центрів з вивчення внутрішнього і зовнішнього ринків, організація ярмарків, виставок-продажів тощо). Розгортання консалтингу (податкового, економічного, юридичного тощо) і аудиту. Навчання і перепідготовка кадрів. Державні програми підтримки національного виробника (пропагандистська підтримка, стимулювання купівлі вітчизняної продукції). Організація роботи із зарубіжними донорськими структурами (СОТ, ЄБРР тощо)	Стимулювання банків і страхових компаній до кредитування і страхування малих підприємств. Надання додаткових субвенцій і дотацій регіонам і муніципальним утворенням як заохочення за високий рівень розвитку малого підприємництва	Надання пільг лізинговим компаніям, які працюють з малими підприємствами. Забезпечення гарантій по кредитах за коштом державного майна

Джерело: складено за даними [9]

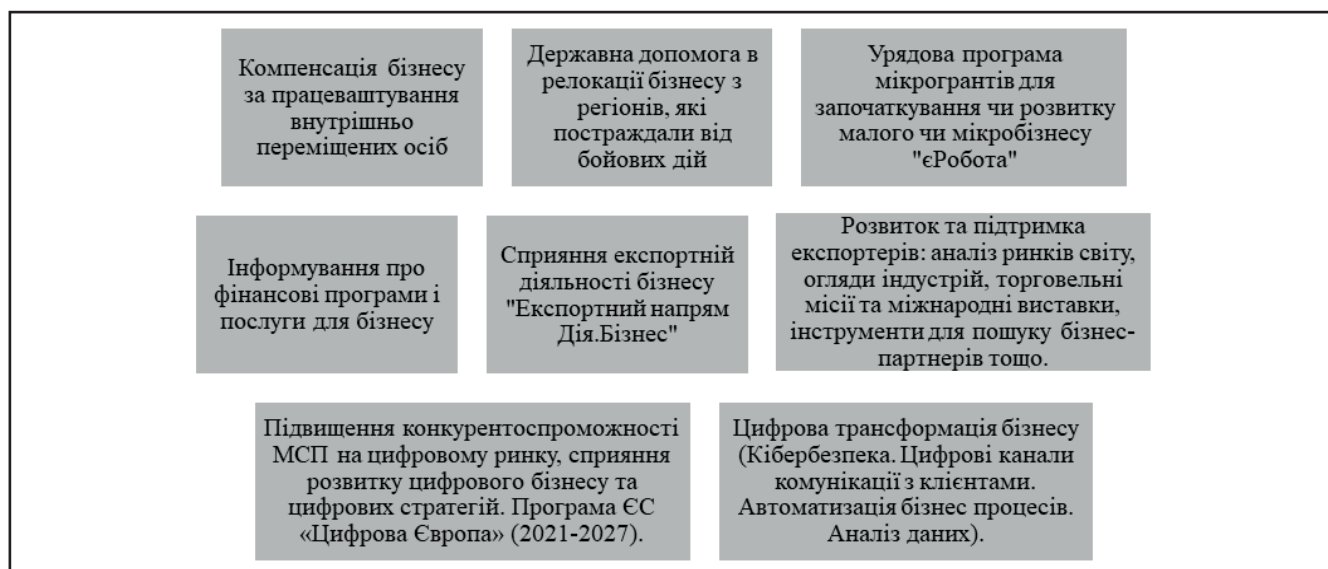


Рисунок 1. Ключові напрями напрямів і інструментарій державної підтримки розвитку малих підприємств в Україні в умовах війни

Джерело: складено за даними [13–19]

реалізуються Фондом розвитку підприємництва. Зокрема, починаючи з 2020 року в Україні діють урядові програми фінансового стимулювання розвитку МСП, зокрема: Урядова програма «Доступні кредити 5–7–9%» й Урядова програма «Доступний фінансовий лізинг 5–7–9%», що мають на меті здешевлення вартості кредитів, зниження фактичних витрат за договорами фінансового лізингу, пов'язаних із провадженням суб'єктами МСП господарської діяльності та підтримку важливих для економіки України сфер підприємницької діяльності [11, 12].

Основні напрями і інструментарій державної підтримки розвитку малих підприємств в Україні в умовах війни наведені на рисунку 1.

Зазначений перелік напрямків не є остаточним. За результатами всеукраїнського опитування представників малого та середнього підприємництва (МСП), проведеного у 2024 році за підтримки Центру міжнародного приватного підприємництва (CIPE), серед основних проблем для МСП в умовах війни залишається зростання цін на сировину та товари, брак робочої сили, розрив ланцюгів постачання сировини і готової продукції, корупція. Подальші напрями розбудови системи державної підтримки розвитку підприємництва в Україні мають стосуватись обґрунтування механізмів доступного кредитування, податкових пільг та інших фіскальних стимулів, селективного стимулювання, зокрема через запровадження галузевих програм підтримки.

Висновки

На підставі вищевикладеного встановлено, що підтримка малого підприємництва з боку держави здійснюється двома шляхами: 1) фінансова допомога у формуванні первісного капіталу для створення малих підприємств; 2) забезпечення сприятливих умов для розвитку діючих малих підприємств. Серед методів і видів державної підтримки малого підприємництва виокремлено прямі і непрямі. Визначено фіскальні, грошово-кредитні, інфраструктурні, організаційно-правові напрями державної підтримки малого підприємництва. В роботі деталізовані інструменти державного стимулювання діяльності малого бізнесу в розрізі зазначених напрямів державної підтримки малого підприємництва.

Наведено ключові напрями і інструментарій державної підтримки малих підприємств в Україні

в умовах війни. В процесі аналізу підприємницького середовища встановлено, що основні причини стримування розвитку малого підприємництва в Україні в умовах повномасштабної війни є зростання цін на сировину та послуги, брак робочої сили, розрив ланцюгів постачання сировини і готової продукції, корупція.

Згідно національної практики державного стимулювання розвитку підприємств України в умовах війни ключовими напрямам і інструментами такої підтримки є урядові програми кредитування і лізингу, державна допомога в релокації бізнесу з регіонів, які постраждали від бойових дій, компенсація бізнесу за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб, сприяння експортній діяльності підприємств, надання експортних гарантій, інформаційне забезпечення про фінансові програми і послуги для бізнесу, сприяння розвитку цифрового бізнесу, що включає кібербезпеку, цифрові канали комунікації з клієнтами, автоматизацію бізнес процесів, аналіз даних.

Список використаних джерел:

1. Бедринець М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі [текст] навч. посіб. / М. Д. Бедринець, А. В. Сурженко. – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 352 с.
2. Бутенко А., Сараєва І. Державна підтримка підприємницького сектору України: досвід і проблеми / Економіка України. – 2012. – № 5. – С. 41–51
3. Варналій З.С. Мале підприємництво : Основи теорії і практики: Монографія 4–те вид. – К. : Знання , 2008. – 302 с.
4. Механізми державного регулювання та підтримки малого підприємництва в Україні / М.І. Небава, І.Є. Шайдюк, Ю.І. Черкасова, А.В.Дмитрук [Електронний ресурс]. // Національна бібліотека імені В.І.Вернадського. Офіційний веб-ресурс: [сайт]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/>
5. Бізнес-модель підприємства: формування та реалізація : монографія; за заг. ред. проф. Филіук Г.М. – Київ, 2022. – 220 с.
6. Фінансова безпека суб'єктів підприємництва в умовах війни та повоєнного відновлення (науково-експертна та соціологічна оцінка): монографія. За ред. Варналія З.С. та Катамадзе Г.Ш. – Київ: КМ-Букс, 2023. – 240 с.
7. Іванов Ю., Карпова В. Податкова підтримка та стимулювання підприємництва у період воєнного стану та післявоєнного відродження. // Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку: зб. ма-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

теріалів VII Всеукр. наук.–практ. конф., 30 трав. 2022 р.– Київ: КНЕУ, 2022. – С. 338–341.

8. Фастовець А.А., Фисун І.В. Фінанси малого бізнесу: навч. посіб. / А.А. Фастовець, І.В. Фисун. – Київ: Кондор, 2013. – 302 с.

9. Чуй І.Р. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі. Навчальний посібник. – Львівська комерційна академія, 2015. – С. 30.

10. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2013, № 3, ст.23. Редакція від 03.09.2023. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-VI#Text>

11. Урядова програма «Доступні кредити 5–7–9%» розроблена відповідно до Порядку надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 24 січня 2020 року № 28 (зі змінами)

12. Урядова програма «Доступний фінансовий лізинг 5–7–9%» розроблена у відповідності до Порядку надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва за договорами фінансового лізингу/ Постанова Кабінету Міністрів України від 24.01.2020 № 28

13. Порядок надання роботодавцю компенсації витрат на оплату праці за працевлаштування внутрішньо переміщених осіб внаслідок проведення бойових дій під час воєнного стану в Україні / Затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 20 березня 2022 р. № 331 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-2022-%D0%BF#Text>

14. Єдина платформи цифрової взаємодії ДП «Прозорро. Продажі» для релокації бізнесу в безпечніші регіони https://prozorro.sale/marketplace_landing-page/

15. Урядова грантова програма безповоротних грантів для створення та розвитку власного бізнесу «єРобота» <https://erobota.diia.gov.ua/#about>

16. Маркетплейс фінансових можливостей для бізнесу/Сервіс Дія .Бізнес <https://business.diia.gov.ua/marketplace/finansuvanna>

17. Експортний напрям Дія.Бізнес Онлайн–платформа, яка об'єднує всю актуальну та необхідну інформацію для розвитку та підтримки експортерів: аналіз ринків світу, огляди індустрій, торговельні місії та міжнародні виставки, інструменти для пошуку партнерів тощо. <https://export.gov.ua/>

18. Цифрова трансформація бізнесу. Платформа безоплатних сервісів, програм та інших ініціатив щодо цифровізації бізнесу <https://business.diia.gov.ua/digital>

19. Програма ЄС «Цифрова Європа» (2021–2027). «Проект GIZ «Цифровізація МСП у країнах східно–

го партнерства» <https://business.diia.gov.ua/digital-europe-programme>

References:

1. Bedrynets M. D. Finansovy menedzhment u malomu biznesi [tekst] navch. posib. / M. D. Bedrynets, A. V. Surzhenko. – K. : «Tsentru uchbovoi literatury», 2016. – 352 s.

2. Butenko A., Saraieva I. Derzhavna pidtrymka pidpriemnytskoho sektoru Ukrainy: dosvid i problemy / Ekonomika Ukrainy. – 2012. – № 5. – S. 41–51

3. Varnalii Z.S. Male pidpriemnytstvo : Osnovy teorii i praktyky: Monohrafiia 4–tie vyd.– K. : Znannia, 2008. – 302 s

4. Mekhanizmy derzhavnogo rehuliuвання ta pidtrymky maloho pidpriemnytstva v Ukraini / M.I. Nebava, I.Ie. Shaidiuk, Yu.I. Cherkasova, A.V.Dmytruk [Elektronnyi resurs].// Natsionalna biblioteka imeni V.I.Vernadskoho. Ofitsiinyi veb–resurs: [sait]. – Rezhym dostupu : <http://www.nbu.gov.ua/>

5. Biznes–model pidpriemstva: formuvannia ta realizatsiia : monohrafiia; za zah. Red. prof. Fyliuk H.M.. k., 2022. – 220 s.

6. Finansova bezpeka subiektiv pidpriemnytstva v umovakh viiny ta povoiennoho vidnovlennia (naukovo–ekspertna ta sotsiolohichna otsinka): monohrafiia. Za red. Varnalii Z.S. ta Katamadze H.Sh. K.: KM–Buks, 2023. –240 s.

7. Ivanov Yu., Karpova V. Podatkova pidtrymka ta stymuliuвання pidpriemnytstva u period voiennoho stanu ta pisliavoiennoho vidrodzhennia. // Innovatsiine pidpriemnytstvo: stan ta perspektyvy rozvytku : zb. materialiv VII Vseukr. nauk.–prakt. конф., 30 trav. 2022 r.– Kyiv : KNEU, 2022. – S. 338–341.

8. Fastovets A.A., Fysun I.V. Finansy maloho biznesu: navch. posib. / A.A. Fastovets, I.V. Fysun. – K.: Kondor, 2013. – 302 s.

9. Chui I.R. Finansovy menedzhment u malomu biznesi . navchalnyi posibnyk.– Lvivska komertsiina akademiia, 2015. – S. 30.

10. Zakon Ukrainy «Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i serednoho pidpriemnytstva v Ukraini». Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy (VVR), 2013, № 3, st.23. Redaktsiia vid 03.09.2023. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-VI#Text>

11. Uriadova prohrama «Dostupni kredyty 5–7–9%» rozrobлена vidpovidno do Poriadku nadannia finansovoi derzhavnoi pidtrymky subiektam pidpriemnytstva, zatverdzhеноho postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24 sichnia 2020 roku № 28 (zi zminamy)

12. Uriadova prohrama «Dostupnyi finansovy lizynh 5–7–9%» rozrobлена u vidpovidnosti do Poriadku nadan–

nia finansovoi derzhavnoi pidtrymky subiektam pidpriemnytstva za dohovoramy finansovoho lizynhu/ Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 24.01.2020 № 28

13. Poriadok nadannia robotodavtsiu kompensatsii vytrat na oplatu pratsi za pratsevlashtuvannia vnutrishno peremishchenykh osib vnaslidok provedennia boiovykh dii pid chas voiennoho stanu v Ukraini / Zatverdzheno Postanovoiu Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 20 bereznia 2022 r. № 331 <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/331-2022-%D0%BF#Text>

14. Iedyna platformy tsyfrovoy vzaiemodii DP "Prozorro. Prodazhi" dlia relokatsii biznesu v bezpechnishi rehiony https://prozorro.sale/marketplace_landing-page/

15. Uriadova hrantova prohrama bezpovorotnykh hrantiv dlia stvorennia ta rozvytku vlasnoho biznesu «ieRobota» <https://erobota.diia.gov.ua/#about>

16. Marketpleis finansovykh mozhlyvostei dlia biznesu/Servis Diia .Biznes <https://business.diia.gov.ua/marketplace/finansuvanna>

17. Eksportnyi napriam Diia.Biznes Onlain–platforma, yaka obiednuie vsiu aktualnu ta neobkhidnu informatsiiu dlia rozvytku ta pidtrymky eksporteriv: analiz ryнкiv svitu, ohliady industrii, torhovelni misii ta mizhnarodni vystavky,

instrumenty dlia poshuku partneriv toshcho. <https://export.gov.ua/>

18. Tsyfrova transformatsiia biznesu. Platforma bezoplatnykh servisiv, prohram ta inshykh initsiatyv shchodo tsyfrovizatsii biznesu <https://business.diia.gov.ua/digital>

19. Prohrama YeS «Tsyfrova Yevropa» (2021–2027). «Proekt GIZ “Tsyfrovizatsiia MSP u krainakh skhidnoho partnerstva» <https://business.diia.gov.ua/digital-europe-programme>

Дані про авторів

Ходжаян Армен Рубенович,

аспірант, Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, м. Київ, Україна

e-mail: armen_rubenovich@ukr.net

Data about the author

Armen Khodzhaian,

Graduate student of the State Scientific Research Institute of Informatization and Economic Modeling, Kyiv, Ukraine

e-mail: armen_rubenovich@ukr.net

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953075>

БЕРЕГОВЕНКО Д. В.

ПАЩУК Л. В.

Особливості позиціонування біопалива українських виробників в умовах реструктуризації міжнародного паливного ринку

Предмет дослідження – теоретичні і практичні аспекти розробки стратегії позиціонування паливних гранул українського виробника на ринку Європи.

Мета дослідження – розробка рекомендацій щодо можливостей розвитку експорту паливних гранул українських виробників на ринку Європи, для підвищення конкурентоспроможності українських товарів на міжнародних ринках.

Методологія дослідження. Дослідження базувалося на використанні таких методів: системного підходу, діалектичного, теоретичного узагальнення і порівняння, причино–наслідкового.

Результати роботи. В ході дослідження було надано рекомендації щодо можливостей покращення позиціонування паливних гранул українських виробників на ринку Європи, для підвищення їх конкурентоспроможності. Вдосконалити позиціонування деревних паливних гранул українського виробника можна за допомогою наступних інструментів стратегії позиціонування на вигодах від використання продукції: якісна продукція за доступною ціною (економія); належне після продажне обслуговування (додаткова вигода – консультації фахівців з опалювального обладнання); супровідний продукт до котлів (знижка на опалювальне обладнання) при купівлі палива українського виробника); паливо, яке може фасуватися в будь–яку зручну для замовника тару; якість (збільшення гарантійного терміну на котел певного виробника–партнера, за умови використання палива українського походження).

Галузь застосування результатів. Економічна галузь: управління підприємством, маркетинг,

позиціонування товарів та послуг, покращення ефективності експорту, підвищення конкурентоспроможності українських виробників.

Висновки. Підвищення конкурентоспроможності українських виробників альтернативного палива потребує розробки гнучкого та ефективного механізму його позиціонування на міжнародних ринках. Існує низка інструментів наголошення на вигоді від використання товару, за допомогою яких можна вдосконалити стратегію позиціонування сучасного вітчизняного виробника на європейському ринку біопалива. Напрями подальших досліджень окреслюються питаннями появи нових інноваційних видів альтернативного палива, апробації та використання інших методів аналізу щодо вирішення питання вдосконалення маркетингової стратегії українського виробника біопалива на міжнародних ринках.

Ключові слова: позиціонування, стратегії, конкурентоспроможність, ефективність, європейський ринок, біопаливо, паливні гранули.

BEREHOVENKO D. V.
PASHCHUK L. V.

Ukrainian biofuels positioning in the context of international fuel market restructuring

Research Subject: Theoretical and practical aspects of developing a positioning strategy for fuel pellets produced by Ukrainian manufacturers for the European market.

Research Objective: To develop recommendations for enhancing export potential of fuel pellets produced by Ukrainian manufacturers for the European market to increase the competitiveness of Ukrainian products.

Research Methodology: The study is based on the use of several methods, including a systematic approach, dialectical method, theoretical generalization, comparison, and cause-and-effect analysis.

Results: The study provides recommendations for improving the positioning of fuel pellets produced by Ukrainian manufacturers for the European market to enhance their competitiveness. The positioning of Ukrainian wood fuel pellets can be improved using the following positioning strategy tools that emphasize product benefits: high-quality products at an affordable price (cost savings); after-sales service (additional benefit – consultations with heating equipment specialists); a complementary product with boilers (discount on heating equipment when purchasing fuel from a Ukrainian manufacturer); fuel packaging in any container convenient for the customer; quality assurance.

Application of Results: Economic sector – company management, marketing, product and service positioning, improving export efficiency, increasing the competitiveness of Ukrainian producers.

Conclusions: Increasing the competitiveness of Ukrainian producers of alternative fuels requires the development of a flexible and effective mechanism for positioning these products in international markets. There are several tools that emphasize the benefits of using the product, which can improve the positioning strategy of modern domestic producers in the European biofuel market. Future research directions include exploring the emergence of new innovative types of alternative fuels, testing, and applying other analysis methods to improve the marketing strategy of Ukrainian biofuel producers in international markets.

Keywords: positioning, strategies, competitiveness, efficiency, European market, biofuel, fuel pellets.

Постановка проблеми. Особливістю сьогоднішніх стратегій енергетичного розвитку більшості європейських країн є широке використання енергії відновлюваних та екологічно чистих джерел, до яких, відноситься і тверде біопаливо, яке є дешевшою альтернативою газу. Відповідно до директиви ЄС 2023 «Про відновлювані джерела енергії», передбачається збільшення їх

частки у загальному енергоспоживанні до 42,5% до 2030 року (ціль на 2020 була 21,3%, у тому числі 14,4% з біомаси). Така динаміка розвитку ринку твердого біопалива Європейського союзу зумовлює і постійне вдосконалення та модифікацію біопалива, включаючи паливні пелети. [1] Крім того, енергетична криза, спричинена повномасштабним вторгненням Росії в Україну, за-

гострила необхідність функціонування незалежної та стабільної енергосистеми з використанням альтернативних джерел. Це створює нові можливості для Українських виробників біопалива. Україна має величезні можливості як агропромислової країни, що володіє численним незадіяним ресурсом різноманітної сировини для випуску якісних та доступних паливних пелет із біомаси.

Водночас, у воєнних та пост-воєнних умовах, країна особливо потребує зовнішніх надходжень валюти для стабілізації економіки. Сьогодні в Україні успішно працюють виробники паливних гранул як одно з видів біопалива і наростили обсяги експорту у 2023 році на 13%, порівняно з довоєнним 2021 роком.

Саме тому дослідження ефективності експорту паливних гранул українського виробництва на європейський ринок біопалива і розробка практичних рекомендацій щодо його успішного просування на сьогодні є надзвичайно актуальним. Підвищення конкурентоспроможності українських виробників альтернативного палива потребує розробки гнучкого та ефективного механізму його позиціонування на міжнародних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні аспекти проблематики позиціонування ставали предметом вивчення як зарубіжними, так і вітчизняними дослідниками. Теоретичні основи стратегій позиціонування були закладені такими науковцями як: А.О.Старостіна, В.В.Козик, Л.А. Панкова, В.Є. Новицький, Л.О. Кадуріна, Н.М. Тюріна, О.Л. Канищенко, А.О. Длігач, Т.В. Нагачевська, Н.В. Бутенко, М. Портер, Ф.Котлер. Питанню стратегій виходу українських виробників на європейський ринок твердого біопалива присвячена дисертація Данилової Н.В.

Проте, ринок альтернативного палива змінюється та розвивається досить динамічно, що зумовлює об'єктивну необхідність постійного вивчення особливостей цих змін та розробки актуальних практичних рекомендацій для суб'єктів господарювання на міжнародних ринках. Крім того, в існуючих працях не приділяється окремої уваги саме проблемі вдосконалення позиціонування паливних гранул українських виробників з метою підвищення конкурентоспроможності українських товарів на міжнародних ринках.

Мета статті полягає у розробці рекомендацій щодо можливостей розвитку експорту паливних гранул українських виробників на ринку Європи,

для підвищення конкурентоспроможності українських товарів на міжнародних ринках.

Виклад основного матеріалу. Позиціонування можна визначити як процес створення ринкового іміджу товару на основі виявлених мотивацій споживачів, з метою формування в свідомості цільової аудиторії унікального сприйняття товару, відмінного від товарів конкурентів. [2]

На сьогодні існує низка об'єктивних проблем та можливостей, які впливають на ефективність зовнішньоекономічної діяльності українських виробників твердого біопалива на європейському ринку.

До таких факторів можна віднести:

1. Політична та енергетична криза, спричинена повномасштабним вторгненням Росії в Україну;

2. Відносна близькість європейського ринку і, відповідно, низькі транспортні витрати;

3. Наявність добре відпрацьованих зв'язків і каналів постачання в галузі;

4. Відносно не високі вимоги цільової аудиторії щодо якості продукції, оскільки її цільове призначення – спалювання на твердопаливних і змішаних (тверде біопаливо плюс вугілля) теплових електростанціях.[3]

5. Згідно з директивою ЄС «Про відновлювані джерела енергії», передбачається збільшення їх частки у загальному енергоспоживанні до 42,5% до 2030 року. [1]

6. Країна-сусід Польща – одна з лідерів по імпорту українських пелетів. [4]

7. Культурна близькість сусідніх європейських країн та лояльність до українських товарівиробників;

8. Перспектива ефективного партнерства з компанією «DEFRO» – 70% польського ринку твердопаливних котлів – з метою забезпечення належного рівня до та після продажного обслуговування;

9. Високі ціни на газ. Відсутність субсидій.

Узагальнення чинників мікро- та макромаркетингового середовища для українського виробника на прикладі «BKM-Wood» відображена за допомогою SWOT-аналізу (див. табл. 1.).

Не дивлячись на скрадані гео-політичні умови у період війни, переваг значно більше, ніж слабких сторін. Основними перевагами є відповідність продукції європейським стандартам (без чого не можливо потрапити на відповідний ринок), низькі ціни, а також італійське обладнання «NovaPellet, що дозволяє охопити весь цикл

Таблиця 1. SWOT-аналіз для «BKM-Wood»

<p>Strengths Група деревообробних компаній BKM-Wood; Виробляє екологічно чистий вид палива; Сучасне італійське обладнання «NovaPellet» з 2012 року; Продукція має сертифікат SGS; Висока питома теплота згоряння продукції; Зручна упаковка і транспортування; Зручне та відносно безпечне розташування виробництва; Повний цикл виробництва; Низькі ціни і терміни поставок; Співпраця з італійськими партнерами (представництво в Італії).</p>	<p>Weaknesses Пелети виробляються лише з бука і хвойних порід; Слабка логістична система; Слабка реклама та інформаційне забезпечення.</p>
<p>Opportunities Висока ціна на газ; Політична та енергетична криза спричинена росією; Польща – лідер по імпорту українських пелетів; Зростання курсу валют; Наявність вільних економічних зон; Програма ЄС щодо нових джерел енергії; Ліберальна податкова політика; Прагнення споживача до економії та вищої ефективності; Мода на придбання нових технологій; Екологічно чисті ліси Чернівецької області; Відсутність великих родовищ газу.</p>	<p>Threats Високі ціни на спеціалізовані котли; Зростання цін на паливо для логістики (дизель); Скорочення доступності сировини; Висококонкурентний ринок; Швидкий розвиток альтернативних паливних технологій; Відсутність альтернативи газовому обладнанню на великих заводах; Воєнні ризики; Політика сировинного використання України; Слабкий імідж України серед європейських країн.</p>

Джерело: складено автором

виробництва та створює імідж для компанії. Основні слабкі сторони – це вузький асортимент та слабка логістична система.

Можливостей також більше, ніж загроз. Основний фактор, що створює можливості для компанії це висока ціна на газ в Європі і необхідність енергетичної незалежності від країни-агресора. Основна загроза – високі ціни на спеціалізовані котли та диференціація продукції на ринку.

Дослідивши співвідношення факторів зовнішнього та внутрішнього маркетингового середовища «BKM-Wood» за допомогою SWOT-аналізу, можна стверджувати, що на ринку біопалива ЄС для українського виробника більше сильних сторін, ніж слабких, більше можливостей, ніж загроз. Такий прояв окремих складових груп факторів потребує стратегії підтримки та розвитку сильних сторін підприємства в напрямку реалізації шансів зовнішнього оточення (maxi-max). Потрібно використати сильні сторони підприємства для реалізації зовнішніх можливостей. Потрібно вживати активні дії для зміцнення позиції на ринку шляхом збільшення своєї частки, диверсифікації продуктів, виведення на ринок товарів-новинок.

Однією з важливих особливостей європейського ринку твердого біопалива, яка становить

загрозу для українського виробника, є велика кількість конкурентів. Ринок твердого біопалива ЄС представлений великою кількістю компаній з різних країн (від 40 до 300 і більше компаній-експортерів від кожної розвиненої країни).

Визначення ринкових позицій країн-конкурентів наведена в таблиці 2.

Україна входить в п'ятірку країн з найвищими темпами зростання обсягів експорту за останні три роки. Біля 80–85% українських пелет йде на експорт. Значна кількість виробників – це невеликі виробництва. Найбільшими конкурентами в Україні з виробництва паливних гранул з деревини є: «Пеллет-Енерго Україна», «Вудмастер-Україна», «Барлінек», ТОВ «Цунамі» та «BKM-Wood». [6]

Використовуючи попередньо зазначені розрахунки, визначимо позицію українських компаній за допомогою матриці БКГ, яку можна прослідкувати на рисунку 1.

Рис. 1. Аналіз конкурентної позиції групи українських виробників паливних пелетів на ринку біопалива ЄС.

Джерело: побудовано автором за даними таблиці 2.

Таблиця 2. Характеристика основних країн-постачальників на ринку біопалива ЄС (паливні гранули)

Країна	Обсяги експорту (тис. МТ)			Приріст 2021-2023 (%)
	2021	2022	2023	
Німеччина	3300	3570	3710	12%
США	1781	3125	2907	63%
Франція	1860	2050	2250	21%
Латвія	2140	1980	1950	-9%
Швеція	1755	1810	1850	5%
Австрія	1610	1690	1750	9%
Естонія	1650	1650	1650	0%
Польща	1280	940	1000	-22%
Іспанія	642	719	800	25%
Португалія	730	745	750	3%
Литва	530	540	540	2%
Україна	411	401	466	13%

Джерело: складено автором за джерелом: [5]

На рисунку 1 представлені основні країни-конкуренти по експорту паливних пелетів на ринок біопалива ЄС. Проаналізувавши дані групи конкурентів за двома параметрами: приріст виробництва та обсяги експорту, ми виявили, що Україна, як і більшість країн Європи, знаходяться у правій нижній квадранті, яка характеризується нижчою часткою ринку та темпами приросту.

Але з рисунку можна також помітити, що за обсягами явними лідерами з великим відривом є США та Німеччина. Тому будувати матрицю для

конкуруючих країн з таким відсотковим розривом у частці ринку досить важко і не доцільно, оскільки вона не буде наглядною і призведе до зсуву усіх інших країн Європи у праву квадранту.

Для більш наглядного відображення реального конкурентного середовища, розглянемо конкурентну групу країн без урахування США та Німеччини (пам'ятаючи про те, що вони є лідерами за обсягами).

Дана матриця є більш наглядною і відображає позиції Українських виробників паливних гранул

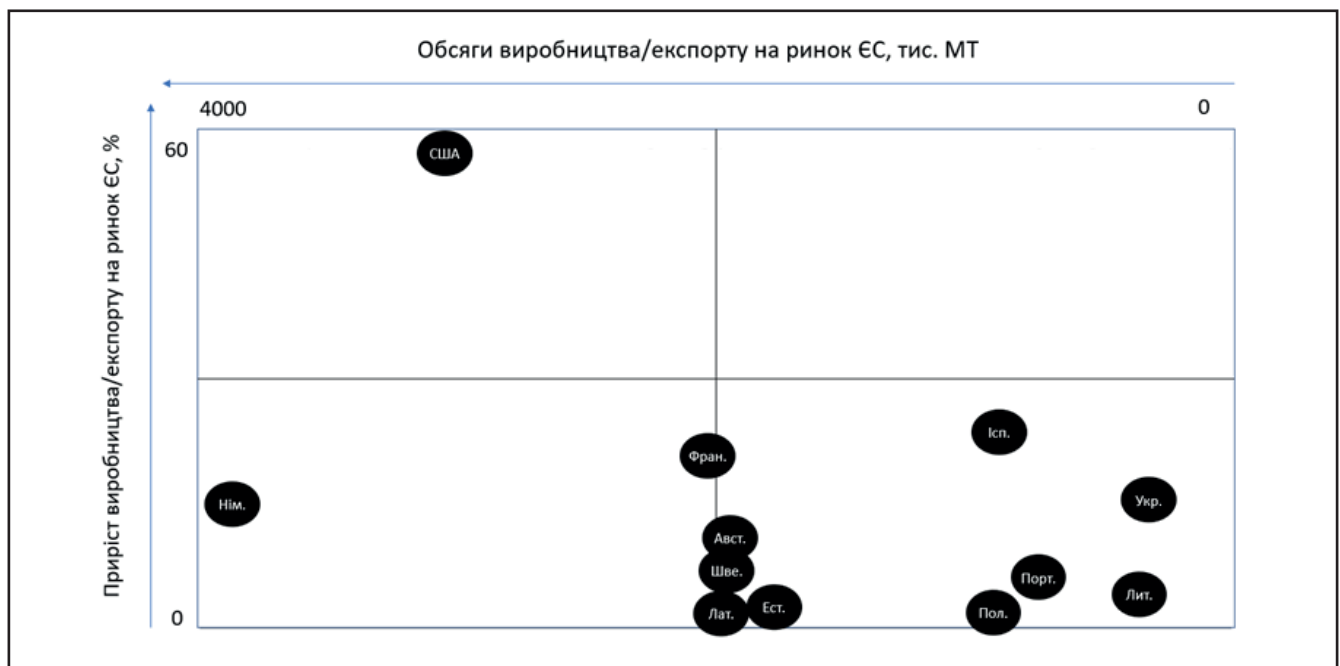


Рисунок 1. Аналіз конкурентної позиції групи українських виробників паливних пелетів на ринку біопалива ЄС.

Джерело: побудовано автором за даними таблиці 2.

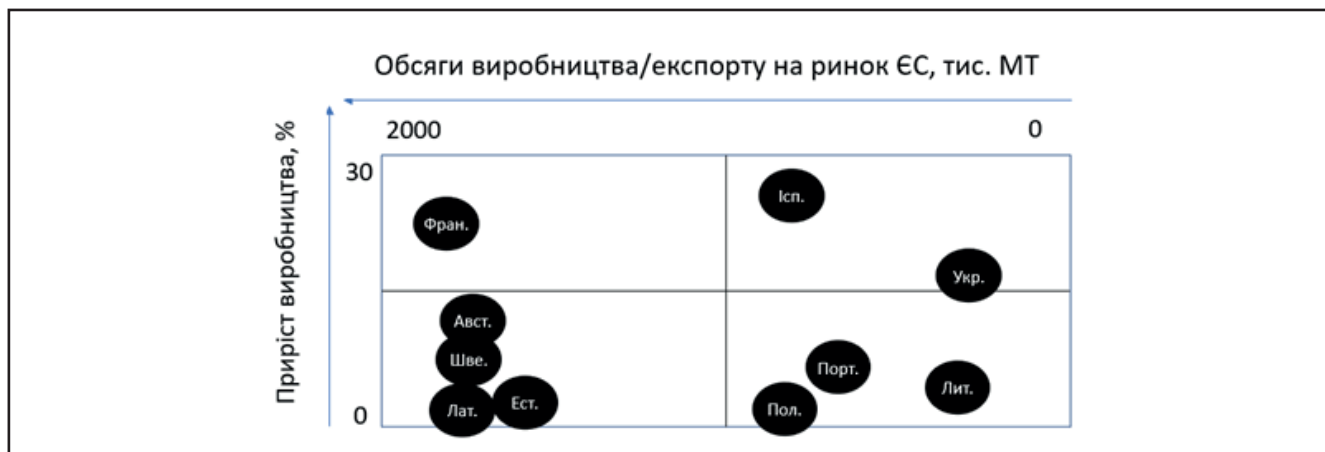


Рисунок 2. Аналіз конкурентної позиції групи українських виробників паливних пелетів на ринку біопалива ЄС.

Джерело: побудовано автором за даними таблиці 2.

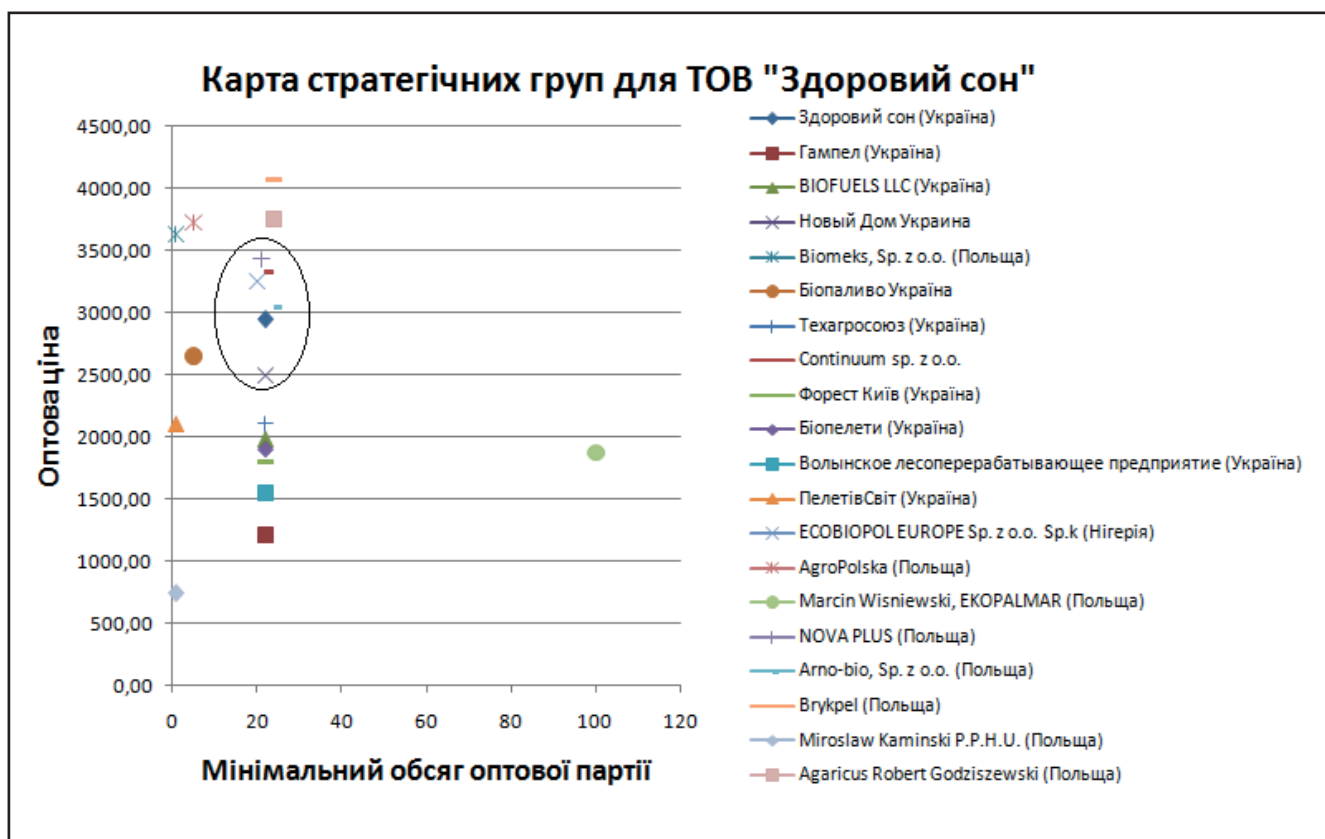


Рисунок 3. Карта стратегічних груп для «ВКМ-Wood».

Джерело: побудовано автором за джерелом [7]

на ринку біопалива ЄС у своїй конкурентній групі – тобто по відношенню до найближчих європейських конкурентів. І виходячи з цього, Українські виробники потрапляють у праву верхню квадранту («діти» або «знаки питання»), що говорить про те, що Україна у своїй конкурентній групі має поки низьку частку ринку, але має значний ринковий потенціал і темпи росту. Від подальшої стратегії просування буде залежати перспектив-

ва переходу у квадранту «Зірки». Найближчими конкурентами для українських виробників є компанії Іспанії, Португалії та Польщі.

Взявши ключові параметри товару для європейського клієнта – оптова ціна та мінімальні обсяги оптових партій – можемо побудувати карту стратегічних груп конкурентів безпосередньо на прикладі «ВКМ-Wood» на найближчому ринку – ринку Польщі (одного з найбільших споживачів у Європі).

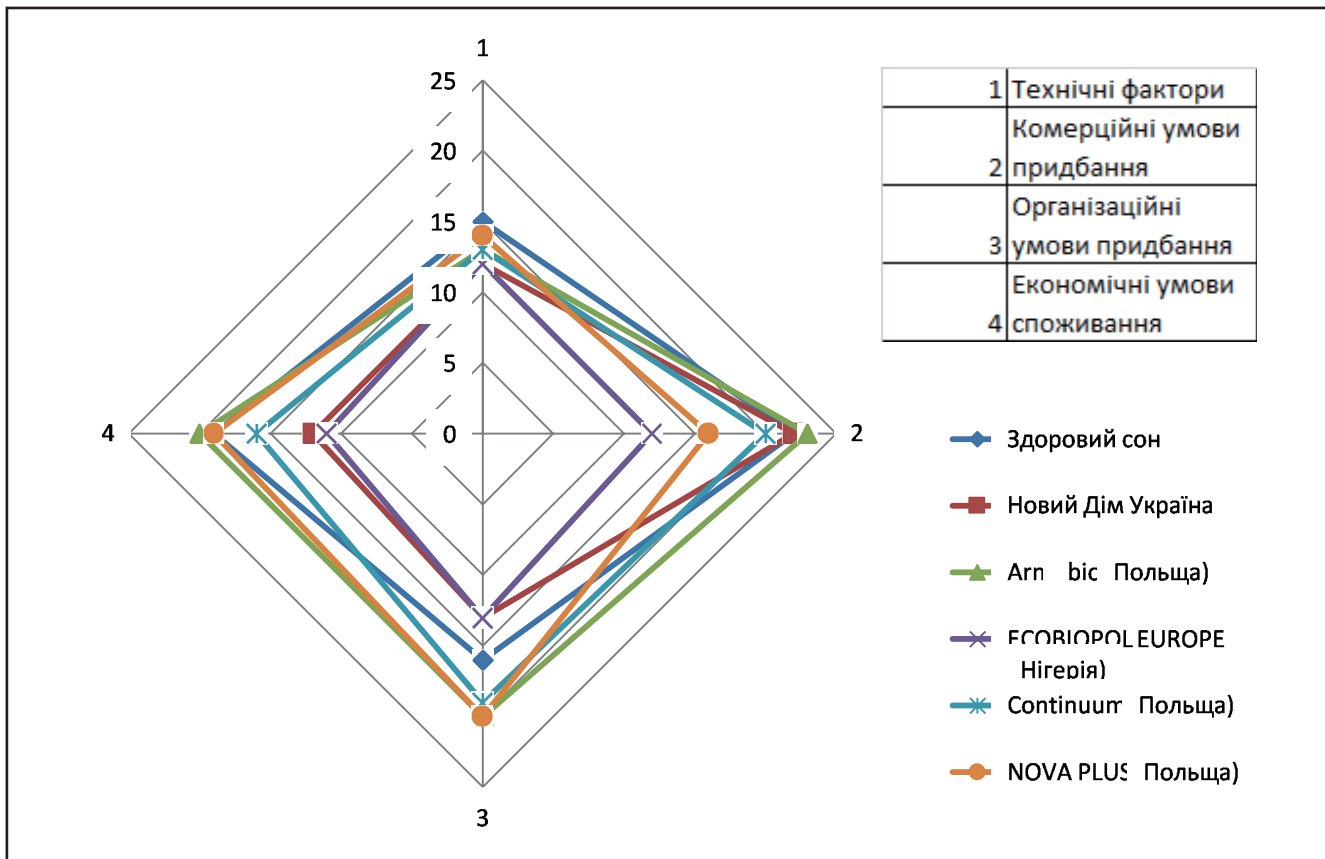


Рисунок 4. Ромб конкурентних переваг товару.

Джерело: складено автором на основі таблиці 3. ТОВ «Здоровий сон» = «ВКМ-Wood».

Таким чином в одну стратегічну групу з досліджуваним підприємством потрапили такі компанії: Новий Дім Україна, Arno-bio (Польща), ECOBIOPOL EUROPE (Нігерія), Continuum (Польща) та NOVA PLUS (Польща). Конкуренти мають майже однакові мінімальні оптові партії та середню оптову ціну.

Проаналізувавши конкурентоспроможність товарів досліджуваної конкурентної групи за технічними факторами (технології, тех. характеристики, зовнішній вигляд), комерційно-організаційними умовами придбання, та економічними умовами споживання, можемо зауважити, що в цьому випадку за узагальненим показником «ВКМ-Wood» поступається лише польській компанії Arno-bio. Компанія NOVA PLUS (Польща), яка лідувала за конкурентними позиціями компанії, за конкурентоспроможністю товару посідає третє місце. [8]

Окремо за технічними характеристиками лідером є «ВКМ-Wood», за комерційними умовами придбання – Arno-bio, за організаційними умовами придбання – NOVA PLUS та Arno-bio, за економічними умовами споживання – Arno-bio.

Для зручності аналізу зобразимо отримані нами оцінки у вигляді ромбу конкурентних переваг:

Як можемо бачити з результатів отриманих в ході аналізу конкурентних переваг товару, пелети BioPellets від «ВКМ-Wood» є конкурентоспроможним товаром. Сильною стороною аналізованого нами продукту є технічні властивості, а слабкою організаційні умови придбання.

Таким чином можна виділити 3 лідируючі позиції в рамках конкурентної групи: NOVA PLUS, Arno-bio та «ВКМ-Wood» (ТОВ «Здоровий сон»). Явного єдиного лідера немає. На основі цієї інформації далі запропонуємо інструменти підвищення конкурентоспроможності українських паливних гранул.

Ринок твердого біопалива Європейського союзу розвивається досить динамічно. Біопаливо, включаючи паливні пелети, постійно вдосконалюється і модифікується. З метою підвищення конкурентоспроможності українських виробників альтернативного палива, існує об'єктивна необхідність розробки гнучкого та ефективного механізму позиціонування.

Мотиваційне поле споживача при виборі паливних гранул на промисловому ринку може складатись з наступних чинників: зиск (або додаткова вигода), інноваційність (імідж), зручність, автоном-

ність, економія, якість (збереження довготривалого функціонування опалювального обладнання).

Виходячи із зазначеного вище та з дослідження конкурентних переваг твердого біопалива українського виробництва, можемо стверджувати, що вдосконалити позиціонування деревних паливних гранул українського виробника можна за допомогою наступних інструментів стратегії позиціонування на вигодах від використання продукції: якіна продукція за доступною ціною (економія); належне після продажне обслуговування (додаткова вигода – консультації фахівців з опалювального обладнання); супровідний продукт до котлів (знижка на опалювальне обладнання (наприклад, DEFRO – 70% польського ринку)) при купівлі палива українського виробника); паливо, яке може фасуватися в будь-яку зручну для замовника тару; якість (збільшення гарантійного терміну на котел певного виробника-партнера, за умови використання палива українського походження).[9]

Висновки

Таким чином, дослідження ефективності експорту паливних гранул українського виробництва на європейський ринок біопалива і розробка практичних рекомендацій щодо його успішного позиціонування на сьогодні є актуальним. Підвищення конкурентоспроможності українських виробників альтернативного палива потребує розробки гнучкого та ефективного механізму його позиціонування на міжнародних ринках. Існує низка інструментів наголошення на вигоді від використання товару, за допомогою яких можна вдосконалити стратегію позиціонування сучасного вітчизняного виробника на європейському ринку біопалива. Напрями подальших досліджень окреслюються питаннями появи нових інноваційних видів альтернативного палива, апробації та використання інших методів аналізу щодо вирішення питання вдосконалення маркетингової стратегії українського виробника біопалива на міжнародних ринках.

Список використаних джерел:

1. Новинний ресурс. Українська енергетика. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://surl.li/vltacf>.
2. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – К.: «НВП «Інтерсервіс», 2018. – 216 с

3. Київський міжнародний енергетичний клуб «Q-club energy». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.qclub.org.ua/articles/navischo-ukrajini-biopalyvo-z-solomy-i-nasinnya/>

4. Український біопаливний портал/Бази/Деревні пелети. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pelleta.com.ua/base-drevesnye-pelley-c1p1.html>

5. USDA. Wood Pellets Annual Report. July 05, 2024. E42024-0018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Wood%20Pellets%20Annual_The%20Hague_European%20Union_E42024-0018.pdf

6. Електронний журнал «Агробізнес сьогодні» / ТОП-6 виробників палет в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://agro-business.com.ua/agrobusiness/item/16443-top6-vyrobnykiv-pelet-v-ukraini.html>

7. Торгова площа «AllBiz». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pl.all.biz/ru/pelley-bgg1083359?page=4>

8. Каніщенко О. Л. Міжнародний маркетинг: Теорія і господарські ситуації: Навч. посіб. – 2-ге вид., переробл. – К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2004. – 152 с.

9. Офіційний сайт компанії DEFRO / О компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://defro.pro/about-company/defro-today.html>

References:

1. Novynnyy resurs. Ukrayins'ka enerhetyka. [Elektponnyy pesups]. – Pezhym dostupu: <http://surl.li/vltacf>.
2. Marketynh. Navchal'nyy posibnyk / Starostina A.O., Kravchenko V.A., Pryhara O.Yu., Yarosh-Dmytrenko L.O. / Za zah.red. prof. Starostinoyi A.O. – K.: «NVP «Interservis», 2018. – 216 s
3. Kyiviv'skyi mizhnapodnyy enephetychnyy klub «Q-club energy». [Elektponnyy pesups]. – Pezhym dostupu: <http://www.qclub.org.ua/articles/navischo-ukrajini-biopalyvo-z-solomy-i-nasinnya/>
4. Ukpayins'kyi biopalyvnyy popal/Bazy/Depevni pelety. [Elektponnyy pesups]. – Pezhym dostupu: <http://pelleta.com.ua/base-drevesnye-pelley-c1p1.html>
5. USDA. Wood Pellets Annual Report. July 05, 2024. E42024-0018. [Elektponnyy pesups]. – Pezhym dostupu: https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Wood%20Pellets%20Annual_The%20Hague_European%20Union_E42024-0018.pdf
6. Elektronnyy zhurnal «Ahrobiznes s'ohodni» / TOP-6 vyrobnykiv palet v Ukraini. [Elektponnyy pesups]. – Pezhym

dostupu: <https://agro-business.com.ua/agrobusiness/item/16443-top6-vyrobnykiv-pelet-v-ukraini.html>

7. Tophova ploshchadka «AllBiz». [Elektronnyy resurs]. – Pezhyim dostupu: <http://www.pl.all.biz/ru/pelleyt-bgg1083359?page=4>

8. Kanishchenko O. L. Mizhnapodnyy mapketynh: Teoriya i hospodaps'ki sytuatsiyi: Navch. posib. – 2-he vyd., perepobl. – K.: IVTs «Vydavnytstvo «Politekhnik»», 2004. – 152 s.

9. Ofitsiyyny sayt kompaniyi DEFRO / O kompanyyi. [Elektronnyy resurs]. – Pezhyim dostupu: <http://defro.pro/about-company/defro-today.html>

Дані про авторів

Береговенко Дмитро Володимирович,

магістр з Міжнародної економіки, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Пащук Лідія Віталіївна,

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри міжнародної економіки, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Data about the author

Dmytro Berehovenko,

Master Degree, International Economics, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Lidia Pashchuk,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor at the Department International Economy Taras Shevchenko National University of Kyiv

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953081>

КОЛОМОЄЦЬ А. О.

Формування мовленнєвої компетентності в контексті публічного характеру управління спеціальним закладом освіти

Предмет дослідження. Процес формування мовленнєвої компетентності менеджера закладів спеціальної освіти

Мета дослідження. Виявлення шляхів удосконалення мовленнєвої компетентності керівників закладів спеціальної освіти в контексті публічного характеру їх професійної діяльності.

Методи дослідження. У дослідженні використано загальні методи пізнання: аналіз, узагальнення, синтез, логічний метод. Також застосовано системний підхід до розуміння сутності управлінської діяльності керівника закладу спеціальної освіти.

Результати роботи. У статті сформовано концептуальні підходи до вирішення проблеми формування мовленнєвої компетентності у керівників закладів спеціальної освіти.

Галузь застосування результатів. Система управління закладом спеціальної освіти.

Висновки. Потреба в удосконаленні мовленнєвої компетентності у керівників закладів спеціальної освіти може бути задоволена за умов усвідомлення керівниками потреби удосконалення комунікативних навичок та формування у закладах освіти специфічного мовного середовища з урахуванням інклюзивності.

Ключові слова: управління, комунікація, компетентність, мовленнєва компетентність, заклад спеціальної освіти, публічна сфера.

KOLOMOETS A. O.

The formation of speech competence in the context of the public nature of the management of a special educational institution

Subject of research. The process of formation of speech competence of the manager of special education institutions

The purpose of the study. Identifying ways to improve the speech competence of the heads of special education institutions in the context of the public nature of their professional activities.

Research methods. *The research used general methods of cognition: analysis, generalization, synthesis, logical method. A systematic approach to understanding the essence of the managerial activity of the head of a special education institution is also applied.*

Work results. *Conceptual approaches to solving the problem of formation of speech competence among managers of special education institutions are formed in the article.*

Field of application of results. *Management system of a special education institution.*

Conclusions. *The need to improve the speech competence of the heads of special education institutions can be met if the heads realize the need to improve communication skills and to create a specific language environment in educational institutions, taking into account inclusiveness.*

Key words. *Management, communication, competence, speech competence, special education institution, public sphere.*

Постановка проблеми. Управління спеціальним закладом освіти в сучасних умовах трансформацій освітньої галузі ставить на порядок денний проблему удоконання менеджменту освітньої сфери. В умовах поступового переходу до нових освітніх систем актуалізується проблема якісного менеджменту закладів спеціальної освіти, усіх складових їх управлінської діяльності. Формування особистості керівника закладу спеціальної освіти в контексті його управлінського статусу набуває нового змісту та висуває специфічні вимоги до системи компетентностей, якими має володіти професійний освітній менеджер. З цієї точки зору виявляється важливим дослідження різних аспектів управлінської діяльності, передусім професійних комунікацій менеджера закладу спеціальної освіти. Інструментом та маркером успішності таких комунікацій виступає мовленнєва компетентність як важливий елемент особистості успішного менеджера у специфічній сфері управління спеціальними закладами освіти.

Проблема практики управління спеціальним закладом освіти полягає у протиріччі між публічним характером діяльності й комунікацій менеджера та специфічними умовами формування його мовленнєвих компетентностей. Пошук шляхів вирішення цього протиріччя є завданням даної статті.

Аналіз специфіки та практики управління спеціальними закладами та особливостей вимог щодо професійних якостей особистості їх керівників виявив суттєву невідповідність рівня сформованості їх мовленнєвих компетентностей, реальної здатності до реалізації професійних управлінських комунікацій публічному характеру управлінських повноважень і вимогам сучасної системи управління спеціальними закладами освіти.

Мовленнєва компетентність менеджера освіти виступає одним з маркерів загальної про-

фесійної компетентності освітнього менеджера, а проблемою, яка потребує вирішення в рамках даного дослідження, є суперечність між станом сформованості мовленнєвої компетентності керівників закладів спеціальної освіти та складним характером управлінських комунікацій, що зумовлює успішну та ефективну реалізацію повноважень публічного характеру у їх професійній діяльності та педагогічній взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Попри методологічну та практично-прикладну значущість поставленої проблеми та зростання інтересу до неї в середовищі дослідників, констатуємо брак публікацій з аналізом складових процесу та методів комунікативної діяльності саме керівників закладів спеціальної освіти.

Питанням управління закладом освіти у загальному аспекті присвятив свої наукові вишукування Є. Хриков. Він досліджує макротехнології управління навчальним закладом, зокрема функції управління: планування, організації, контролю, регулюванню та методам управління. Акцентуючи увагу на процесах одержання інформації, необхідної для управління навчальним закладом, наводить такі методи як спостереження, перевірка документації, бесіда [1].

Всі ці, а також інші методи інформаційного обміну, потребують сформованості відповідного рівня мовленнєвих компетентностей у менеджерів освіти, і передусім, у керівників закладів. Більше того, сама управлінська діяльність являє собою багатопланову різноманітну комунікацію керівника у підсистемах управління з урахуванням специфіки організації. Для закладів спеціальної освіти така комунікація ускладнюється інклюзивними умовами освіти, а відтак потребує більш глибокого рівня сформованості комунікативних, у тому числі мовленнєвих компетентностей.

У середовищі дослідників сформовано зміст дефініції «комунікативна компетентність». Так, В. Григораши під комунікативною компетентністю менеджера розуміє здатність його особистості висловлювати свою суб'єктну позицію в умовах професійної комунікації за допомогою реалізації своєї мовної поведінки з метою виконання професійно значущих завдань (організаційних, координаційних, планування та ін.), специфічних для сфери менеджменту [2].

На думку А. Гриньківа, з урахуванням соціального характеру процесу комунікації, комунікативна компетентність менеджера передбачає його здатність жити в суспільстві, серед інших людей, здатність до взаємодії, роботи в команді, співробітництва, досягнення взаєморозуміння. Внаслідок цього менеджер (керівник) виступає як активний суб'єкт спілкування і відноситься до своїх партнерів зі спілкування, виходячи з принципів поваги, визнання їх незалежності та індивідуальності [3].

Аналіз наукової літератури дозволяє зробити висновок про наявний дослідницький інтерес до формування комунікативних компетентностей педагогів в умовах інклюзивного середовища.

Аналізуючи проблеми функціонування системи спеціальної освіти Г. Тимошко та В. Гладуш сформулювали науково-теоретичні основи формування комунікативної компетентності педагогів в інклюзивному середовищі, розкрили сутність, зміст та організаційно-педагогічні умови процесу підготовки педагогів до комунікативної діяльності в інклюзивному середовищі [4].

Автори вважають, що до основних характеристик освітнього інклюзивного середовища доцільно віднести його розвивальну спрямованість, змістовну насиченість, варіативність можливостей та інтенсивність комунікативної взаємодії. Цілком погоджуючись з такою тезою, слід звернути увагу на необхідності формування готовності менеджерів інклюзивної освіти до специфічної комунікації публічного характеру.

У процесі теоретичного аналізу проблеми вдалося з'ясувати наявність дослідницького інтересу до розвитку професійних мовленнєвих компетентностей у різних сферах діяльності. Так, Н. Колодій досліджено сутність професійної мовленнєвої компетентності бакалаврів соціальної роботи закладів вищої освіти. Суть професійної мовленнєвої компетентності визначається, як його здатність якісно та ефективно використо-

вувати мовні норми для досягнення визначених, відповідно до конкретних професійно-мовленнєвих ситуацій цілей та завдань [5].

О. Мірошниченко, наприклад, розглядає професійну мовленнєву компетентність майбутнього вчителя початкової школи як цілісний розвиток особистості, що включає низку соціальних, полікультурних, когнітивно-технологічних та особистісних компонентів, необхідних для успішного навчання [6].

На думку І. Туровської, професійно-мовленнєва компетентність є одним із визначальних чинників успішності професійної діяльності, реалізуючись як професійно значуща риса майбутнього фахівця в єдності інформаційного та операційного компонентів [7].

О. Власенко у своєму дослідженні загально-го рівня професійно-мовленнєвої компетентності майбутніх менеджерів доходить висновку, що професійно-мовленнєва компетентність менеджера – є невід'ємною частиною його професійної компетентності і відображає здатність менеджера продукувати, за допомогою доречних професійних мовних засобів інформаційно насичене, відповідно структуроване висловлювання та здатність вербально сприймати, осмислювати і розуміти професійно-центровану інформацію, що надана співрозмовником, з оцінкою і релевантною її інтерпретацією [8].

Слід погодитись з авторкою, яка вважає, що передумовою виникнення професійно-мовленнєвої компетентності є історично сформований альянс мовленнєвої і професійної компетентностей. Наявність відповідної професійно-мовленнєвої компетенції сприяє найкращому виконанню своїх професійних обов'язків фахівцям, діяльність яких вимагає комунікаційного підходу [9].

На жаль практично відсутні публікації, які досліджують специфіку комунікаційної взаємодії у закладах спеціальної освіти та зміст і форми прояву комунікативних, у тому числі мовних, компетентностей керівників таких закладів. Таким чином, проблема формування комунікативних навичок на основі мовленнєвої компетентності менеджерів таких закладів залишається невирішеною. Це зумовлює дослідницький інтерес та дозволяє сформувати мету дослідження в рамках цієї статті.

Мета статті. Виявити умови та концептуальні засади процесу формування мовленнєвої компетентності керівників закладів спеціальної осві-

ти в системі реалізації ними управлінських функцій публічного характеру.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління закладом спеціальної освіти являє собою процес трансформації ресурсів у специфічний результат, яким є адаптація дітей з особливими освітніми потребами до суспільних умов навколишнього середовища, соціалізацію особистості та її повноцінну інтеграцію у суспільні відносини. Специфіка цієї складової освітньої галузі накладає відбиток на особливості управління нею та її базовими елементами – закладами спеціальної освіти.

Врахування цих особливостей у побудові ефективного менеджменту закладу освіти вимагає увідповіднення ключового суб'єкта управлінської підсистеми – менеджера. До числа менеджерів закладів спеціальної освіти слід віднести керівників закладів, їх заступників та ключових осіб закладу, які уповноважені приймати управлінські рішення та/або долучаються до цього процесу. Звісно, ключовою управлінською посадою таких закладів є його керівник, управлінець, який поєднує в собі дві змістові професійні компетентності – управлінську та педагогічну.

На думку В. Каплінського загальнопедагогічна компетентність являє собою сукупність психолого-педагогічних і спеціальних знань, умінь, навичок та досвіду творчої діяльності, розвиненого загального світогляду та комплексу якостей, що поєднують в собі мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний та емоційний компоненти; здатності до ефективної взаємодії з учнями, іншими педагогами та батьками, до адекватного осмислення і практичного вирішення проблемних педагогічних ситуацій, що супроводжують професійну діяльність. Її складниками є когнітивний, мотиваційно-ціннісний та комунікативний компоненти [10].

Педагогічна компетентність є надзвичайно близькою за змістом та функціями до управлінської, оскільки, на наш погляд, являє собою цілісний комплекс знань, умінь, навичок, досвіду та особистісних якостей особистості, які дозволяють індивіду реалізовувати освітню діяльність, здобувати та генерувати нові знання, аналізувати професійну діяльність, комунікувати з учасниками та стейкхолдерами освітнього процесу та приймати специфічні управлінські рішення.

Вважаємо, що єдність цих двох видів компетентностей педагога забезпечують :

1. Здатність приймати рішення;

2. Спроможність комунікувати з іншими суб'єктами педагогічної взаємодії.

Такий висновок детермінується з необхідністю ідентифікувати педагога на основі складових його загальної компетентності як менеджера освітнього процесу та комунікатора, з ініціативи якого відбувається побудова усіх каналів педагогічної комунікації.

У контексті такого розуміння сутності педагогічної діяльності можна розглядати й діяльність специфічного типу освітніх установ – закладів спеціальної освіти. Сутність управління спеціальним закладом освіти слід розглядати з точки зору саме таких взаємозумовлюючих компонентів – управлінського та комунікативного. Поєднання їх дає змогу зробити висновок про потребу у формуванні специфічних компетентностей менеджера закладу спеціальної освіти: управлінської та комунікативної, в основі якої лежить мовленнєва компетентність.

Потребу у формуванні мовленнєвої компетентності зумовлює також публічний характер управлінської діяльності в закладі спеціальної освіти. Такий публічний характер визначається:

- необхідністю діяти у публічному просторі зацікавлених суб'єктів, до яких можна віднести здобувачів освіти, педагогів, зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів спеціальної освіти;
- публічним характером комунікації між зазначеними суб'єктами;
- публічним та соціальним значенням результату освітньої діяльності закладу спеціальної освіти;
- публічно-громадським характером відносин, що виникають у процесі управління закладом спеціальної освіти.

Логічно припустити, що такий публічний за своєю сутністю управлінсько-педагогічний менеджмент має:

- провадити педагогічну комунікацію (володіти професійною мовленнєвою компетентністю педагога);
- забезпечувати впевнену управлінську комунікацію (бути носієм комунікативної компетентності менеджера);
- володіти навичками соціальної комунікації (володіти здатностями до безконфліктної толерантної соціальної комунікації).

Значну частину у структурі управлінської діяльності менеджера (керівника) закладу спеціальної освіти займає комунікація. Вона вивяляєть-

ся як у внутрішніх управлінських процесах, так і у зовнішніх комунікаціях. Очевидно, зростають й вимоги до мовленнєвих інструментів, якими має володіти менеджер освіти для успішної реалізації притаманих йому функціональних комунікативних завдань. Вважаємо за необхідне визначити далеко не вичерпний перелік таких завдань:

- професійна педагогічна комунікація на рівні підсистеми «педагог – здобувач освіти» у процесі освітньої діяльності в умовах інклюзивного навчання;
- управлінська комунікація у площині управління функціями закладу спеціальної освіти (горизонтальні комунікації у педагогічному колективі, а також з адміністративно-управлінським та допоміжним персоналом закладу);
- соціальна комунікація з батьками, законними представниками здобувачів, які є стейкхолдерами освітнього процесу закладу спеціальної освіти;
- публічно-управлінська комунікація з органами державної виконавчої влади, місцевого самоврядування (засновниками), їх посадовими особами, представниками організацій громадянського суспільства, контролюючими органами тощо;
- експертна комунікація публічного характеру у засобах масової інформації з урахуванням інтересів суспільства у сфері спеціальної та інклюзивної освіти;
- комунікація із міжнародними суб'єктами з метою розширення співпраці та зв'язків у міжнародному експертному, освітньому, публічному та благодійному середовищі.

Відповідно до визначених завдань можна сформулювати вимоги до рівня сформованості та змісту інтегрованої мовленнєвої компетентності керівника (менеджера) закладу спеціальної освіти:

- володіння навичками усного та писемного мовлення у обсязі, необхідному для реалізації педагогічних завдань (знання предметної області, вміння здійснювати пошук та інтерпретацію інформації, адаптувати її до інклюзивного середовища);
- володіння компетентністю мовлення у процесах ведення переговорів та інших публічних комунікацій;
- здатність вести усну та писемну управлінську комунікацію державною мовою та складати управлінські документи;
- спроможність підтримувати професійну та управлінську комунікацію однією з іноземних мов.

Потреба у формуванні таких різнопланових мовленнєвих навичок у менеджерів освіти зумовлює необхідність створення інструментів формування мовленнєвої комунікативної компетентності, серед яких можна виділити:

- здобуття другої філологічної освіти без відриву від основної роботи;
- набуття коротких комунікативних кваліфікацій через систему підвищення кваліфікації або через засоби неформальної та інформальної освіти;
- удосконалення практики використання мовних конструкцій у процесі складання управлінських документів та інших форм письмової комунікації (офіційне листування, укладання писмових договорів тощо);
- організацію мовних тренінгів для персоналу закладів спеціальної освіти з урахуванням рівня сформованості ключової мовленнєвої компетентності у кожного працівника;
- удосконалення мовного середовища закладу спеціальної освіти, яке сприятиме удосконаленню навичок усного та писемного мовлення у працівників, і в першу чергу, у менеджерів освіти.

Висновки

Теоретичний аналіз проблеми формування мовленнєвих компетентностей у керівників закладів спеціальної освіти дозволяє зробити декілька висновків та узагальнень.

По-перше, компетентнісний підхід до формування особистості менеджера закладу спеціальної освіти дозволяє виявити потребу формування мовленнєвої компетентності у управлінців, які здійснюють менеджменту процесів в інклюзивному освітньому середовищі.

По-друге, мовленнєва компетентність виступає ключовим чинником успішної комунікації менеджера закладу спеціальної освіти з огляду на педагогічну функцію керівника та публічний характер управлінської діяльності.

По-третє, формування мовленнєвої компетентності менеджера відбувається у відкритому інклюзивному середовищі закладу спеціальної освіти та потребує набуття додаткових коротких кваліфікацій.

По-четверте, система управління закладом спеціальної освіти являє собою частину публічної сфери діяльності та вимагає поєднання у функціях менеджменту педагогічної та професійної управлінської комунікації.

По-п'яте, існує потреба у створенні умов для розвитку мовленнєвих компетентностей менеджерів спеціальної освіти, які б відповідали потребам і реальним вимогам управління.

Перспективи подальших досліджень з проблематики компетентностей мовлення у менеджерів спеціальної освіти полягають у пошуку шляхів формування дієвих механізмів удосконалення мовних компетентностей у процесі управлінської діяльності, узагальненні досвіду управлінської діяльності та формуванні рекомендацій для керівників закладів спеціальної освіти.

Список використаних джерел:

1. Хриков Є.М. Управління навчальним закладом: Навч. посіб. — К.: Знання, 2016.
2. Григораш В. В. Комунікативна компетентність менеджера // Теорія та практика професійної підготовки менеджерів інноваційного розвитку освіти: матеріали методологічного семінару / За заг. ред. Т. М. Хлебнікової. — Харків, 2020. — С. 53.
3. Гриньків А. Комунікативна компетентність у професійній підготовці менеджерів соціокультурної діяльності // А. Гриньків / ВИЩА ОСВІТА УКРАЇНИ, 2022. — № 4. — С. 60.
4. Тимошко Г.М., Гладуш В.А. Розвиток комунікативної компетентності педагогів в умовах інклюзивного освітнього середовища : монографія — Ніжин: Видавець Лисенко М.М., 2023. 192 с.
5. Колодій Н. Сутність професійної мовленнєвої компетентності бакалаврів соціальної роботи // Н. Колодій // ОБРІІ. — № 2(47), 2018. С. 53, 56.
6. Мірошніченко О.В. Формування професійної мовленнєвої компетентності майбутнього вчителя початкової школи / О. Мірошніченко // Освітньо-науковий простір. Випуск 2 (1 – 2022). С. 50.
7. Туровська І. Професійно-мовленнєва компетентність як складова професійної компетентності фахівця медичного профілю // І Туровська / Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету. Вип. 4, 2022. С.
8. Власенко О.О. Дослідження загального рівня професійно-мовленнєвої компетентності майбутніх менеджерів // О. Власенко/ Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія, вип. 1, Червень 2023, с. 52–56, doi:10.32782/psyvisnyk/2023.1.10.
9. Власенко О.О. Психологічний феномен альянсу мовленнєвої та професійної компетентності // О. Власенко/ Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Психологія, Том 33 (72) № 1 2022,

с. 91, DOI <https://doi.org/10.32838/2709-3093/2022.1/14>

10. Каплінський В.В. Загальнопедагогічна компетентність учителя: особливості, складники, шляхи формування : Монографія / В. В. Каплінський. — Вінниця: ТОВ «Ніланд ЛТД», 2017 — С. 22.

References:

1. Khrykov Ye.M. Upravlinnia navchalnym zakladom: Navch. posib. — K.: Znannia, 2016.
2. Hryhorash V. V. Komunikatyvna kompetentnist menedzhera // Teoriia ta praktyka profesiinoi pidhotovky menedzheriv innovatsiinoho rozvytku osvity: materialy metodolohichnoho seminaru / Za zah. red. T. M. Khliebnikovoї. — Kharkiv, 2020. — S. 53.
3. Hrynkiv A. Komunikatyvna kompetentnist u profesiinii pidhotovsi menedzheriv sotsiokulturnoi diialnosti // A. Hrynkiv / VYShchA OSVITA UKRAINY, 2022. — № 4. — S. 60.
4. Tymoshko H.M., Hladush V.A. Rozvytok komunikatyvnoi kompetentnosti pedahohiv v umovakh inkluzyvnogo osvithnoho seredovyscha : monohrafiia — Nizhyn: Vydavets Lysenko M.M., 2023. 192 s.
5. Kolodii N. Sutnist profesiinoi movlennievoї kompetentnosti bakalavriv sotsialnoi roboty // N. Kolodii // OBRIL. — № 2(47), 2018. S. 53, 56.
6. Miroshnychenko O.V. Formuvannia profesiinoi movlennievoї kompetentnosti maibutnoho vchytelia pochatkovoї shkoly / O. Miroshnychenko // Osvitno-naukovyi prostir. Vypusk 2 (1 – 2022). S. 50.
7. Turovska I. Profesiino-movlennieva kompetentnist yak skladova profesiinoi kompetentnosti fakhivtsia medychnoho profilu // I Turovska / Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu. Vyp. 4, 2022. S.
8. Vlasenko O.O. Doslidzhennia zahalnoho rivnia profesiino-movlennievoї kompetentnosti maibutnikh menedzheriv // O. Vlasenko/ Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia: Psykholohiia, vyp. 1, Cherven 2023, s. 52–56, doi:10.32782/psyvisnyk/2023.1.10.
9. Vlasenko O.O. Psykholohichni fenomen alian-su movlennievoї ta profesiinoi kompetentnosti // O. Vlasenko/ Vcheni zapysky TNU imeni V.I. Vernadskoho. Seriia: Psykholohiia, Tom 33 (72) № 1 2022, s. 91, DOI <https://doi.org/10.32838/2709-3093/2022.1/14>
10. Kaplinskyi V.V. Zahalnopedahohichna kompetentnist uchytelia: osoblyvosti, skladnyky, shliakhy formuvannia : Monohrafiia / V. V. Kaplinskyi. — Vinnytsia: TOV «Niland LTD», 2017 — S. 22.

Дані про автора**Коломоєць Анатолій Олександрович,**здобувач освіти рівня доктора філософії, Державний
університет економіки і технологій

ORCID 0009-0005-6864-5774

e-mail kolomoitsa@gmail.com

Data about the author**Anatoly Kolomojets,**PhD student, State University of Economics and
Technology

ORCID 0009-0005-6864-5774

e-mail kolomoitsa@gmail.com

UDC 338.2:378:316.32

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953094>

PUZYROVA P. V.

TARASENKO O. S.

Methodological foundations of forming a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization

The subject of the research is the theoretical and methodological foundations of forming a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization.

The aim of the research is to determine the methodological foundations for the formation of a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization.

Research methods. The study used both theoretical and practical methods: analysis of scientific literature; method of comparative analysis; conceptual method; SWOT analysis; systematic approach; scenario analysis; factor analysis; graphical, tabular methods, etc.

Results of the investigation. It has been established that in the context of globalization, higher education institutions should integrate into the global economic system, while maintaining the stability of their functioning and ensuring long-term sustainable development. It is proved that the economic development of higher education institutions, as part of the overall development strategy of Ukraine, is a critical aspect for their existence. The main aspects of globalization that affect the economic development of higher education institutions are identified, namely: technological progress; international mobility; transformation of the labor market. The key principles of forming a strategy for the economic development of higher education institutions are identified: international competitiveness; innovation and technological development; partnership with the private sector; flexibility and mobility; sustainability and human resource development. The main economic factors that influence the sustainable development of higher education institutions are investigated: diversification of funding sources; internationalization of educational programs; innovative development. The factors of positive impact (international cooperation and mobility; integration into the international market of educational services; development of technologies and distance education; expanding access to knowledge; internationalization of educational programs) and negative impact (increased competition; depopulation and brain drain; financial dependence; uneven access to technology; cultural and language barriers), which in the process of forming a strategy for the economic development of higher education institutions create both opportunities and threats for the further development of higher education institutions, are analyzed and identified. The criteria for the effectiveness of forming a strategy for the economic development of higher education institutions are determined: economic efficiency; quality of educational services; innovation potential; international integration; social responsibility and sustainability; organizational flexibility and managerial efficiency; information and digital infrastructure. It is proved that these criteria will allow to comprehensively assess the effectiveness and efficiency of the economic development strategy of a higher education institution in the context of globalization, ensuring compliance with the modern requirements of the international educational community and the market of educational services. In the process of developing and further implementing an effective strategy for the economic development of higher education institutions, taking into account global educational trends, the following approaches, methods and mechanisms have been proposed: systematic approach; modeling of economic processes; integration of innovative approaches; diversification of income sources; international approach; innovative development; partnership with business. It is proved that a reasonable choice and

further effective implementation of the economic development strategy of a higher education institution requires constant monitoring and evaluation of results, including systematic analysis of the achieved indicators, identification of deviations and implementation of corrective actions.

Scope of the results. *Management of higher education institutions, financing and economics of education, internationalization of education, educational policy and reform of the education system, digitalization of education, development of research activities.*

Conclusions. *Thus, in the context of globalization, higher education institutions face new challenges and opportunities dictated by the need to strategize their economic development. Formulating an economic development strategy that takes into account current educational trends and global factors is an important step to ensure their stability and competitiveness. An effective economic development strategy of a higher education institution should take into account such aspects as diversification of income sources, internationalization, innovative development and cooperation with business. The application of these approaches will allow higher education institutions not only to survive in the face of increased competition, but also to become leaders in their field at the global level. The methodological foundations for the formation of a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization provide for a comprehensive approach to the development and implementation of principles and mechanisms that take into account the main global trends and the specifics of the functioning of higher education institutions. The developed strategy of economic development of higher education institutions should primarily comply with the principles of flexibility, adaptability and be focused on achieving the goals of sustainable development of higher education institutions in a rapidly changing environment.*

Keywords: *methodological foundations, strategy, economic development, higher education institutions, globalization, education financing, innovative approaches, international competition, strategic development, internationalization of education, economic efficiency, adaptation to global challenges, integration into the world educational space.*

ПУЗИРЬОВА П. В.

ТАРАСЕНКО О. С.

Методологічні основи формування стратегії економічного розвитку закладів вищої освіти в контексті глобалізації

Предметом дослідження є теоретичні та методологічні основи формування стратегії економічного розвитку закладів вищої освіти в контексті глобалізації.

Метою дослідження є визначення методологічних основ формування стратегії економічного розвитку закладів вищої освіти в контексті глобалізації.

Методи дослідження. При дослідженні використовувались, як теоретичні так і практичні методи: аналіз наукової літератури; метод порівняльного аналізу; концептуальний метод; SWOT-аналіз; системний підхід; сценарний аналіз; факторний аналіз; графічний, табличний методи та ін.

Результати роботи. Встановлено, що в умовах глобалізації ЗВО мають інтегруватися в глобальну економічну систему, залишаючи при цьому стабільність свого функціонування та забезпечуючи довготривалий сталий розвиток. Доведено, що економічний розвиток ЗВО, як частина загальної стратегії розвитку України, є критично важливим аспектом для їхнього існування. Визначено основні аспекти глобалізації, що впливають на економічний розвиток ЗВО, а саме: технологічний прогрес; міжнародна мобільність; трансформація ринку праці. Визначено ключові принципи формування стратегії економічного розвитку ЗВО: міжнародна конкурентоспроможність; інноваційність та технологічний розвиток; партнерство з приватним сектором; гнучкість та мобільність; сталість і розвиток людських ресурсів. Досліджено основні економічні чинники, які впливають на сталий розвиток ЗВО: диверсифікація джерел фінансування; інтернаціоналізація освітніх програм; інноваційний розвиток. Проаналізовано та визначено чинники позитивного впливу (міжнародна співпраця та мобільність; інтеграція в міжнародний ринок освітніх послуг; розвиток технологій та дистанційна освіта; розширення доступу до знань; інтернаціоналізація навчальних програм) та не-

гативного впливу (збільшення конкуренції; депопуляція та «відтік мізків»; фінансова залежність; нерівномірний доступ до технологій; культурна та мовна бар'єрність), які в процесі формування стратегії економічного розвитку ЗВО створюють як можливості, так і загрози для подальшого розвитку ЗВО. Визначено критерії ефективності формування стратегії економічного розвитку ЗВО: економічна ефективність; якість освітніх послуг; інноваційний потенціал; міжнародна інтеграція; соціальна відповідальність та стійкість; організаційна гнучкість та управлінська ефективність; інформаційна та цифрова інфраструктура. Доведено, що дані критерії дозволять всебічно оцінити ефективність та результативність стратегії економічного розвитку ЗВО у контексті глобалізації, забезпечуючи відповідність сучасним вимогам міжнародної освітньої спільноти та ринку освітніх послуг. В процесі розробки та подальшої імплементації ефективної стратегії економічного розвитку ЗВО з урахуванням глобальних освітніх трендів було запропоновано такі підходи, методи і механізми: системний підхід; моделювання економічних процесів; інтеграція інноваційних підходів; диверсифікація джерел доходів; інтернаціональний підхід; інноваційний розвиток; партнерство з бізнесом. Доведено, що обґрунтований вибір та подальша ефективна імплементація стратегії економічного розвитку ЗВО потребує постійного контролю та оцінки результатів, що включає систематичний аналіз досягнутих показників, виявлення відхилень і запровадження коригуючих дій.

Галузь застосування результатів. Управління ЗВО, фінансування та економіка освіти, інтернаціоналізація освіти, освітня політика та реформування системи освіти, цифровізація освіти, розвиток науково-дослідницької діяльності.

Висновки. Отже, в умовах глобалізації ЗВО стикаються з новими викликами та можливостями, продиктованими необхідністю стратегування їх економічного розвитку. Формування стратегії економічного розвитку з урахуванням сучасних освітніх тенденцій та чинників глобального характеру є важливим кроком для забезпечення їхньої стабільності і конкурентоспроможності. Ефективна стратегія економічного розвитку ЗВО повинна враховувати такі аспекти, як диверсифікація джерел доходів, інтернаціоналізація, інноваційний розвиток та співпраця з бізнесом. Застосування цих підходів дозволить ЗВО не лише вижити в умовах посиленої конкуренції, але й стати лідерами у своїй галузі на глобальному рівні. Методологічні основи формування стратегії економічного розвитку закладів вищої освіти в умовах глобалізації передбачають комплексний підхід до розробки та впровадження принципів і механізмів, що враховують основні глобальні тенденції та специфіку функціонування ЗВО. Розроблена стратегія економічного розвитку ЗВО повинна першочергового відповідати принципам гнучкості, адаптивності та бути орієнтованою на досягнення цілей сталого розвитку ЗВО у швидкозмінному середовищі.

Ключові слова: методологічні основи, стратегія, економічний розвиток, заклади вищої освіти, глобалізація, фінансування освіти, інноваційні підходи, міжнародна конкуренція, стратегічний розвиток, інтернаціоналізація освіти, економічна ефективність, адаптація до глобальних викликів, інтеграція у світовий освітній простір.

Formulation of the problem. Globalization is one of the key trends in the modern development of the world economy, where higher education institutions (HEIs) face obstacles related to increased competition, changes in the financial environment and the need to adapt to the new conditions of the global knowledge market. In the context of globalization, higher education institutions have to integrate into the global economic system while maintaining the stability of their operations and ensuring long-term sustainable development. The economic development of higher education institutions, as part of the overall development strategy of Ukraine, is becoming a critical aspect for their existence. In

this regard, the issue of determining the methodological basis for the formation of an economic development strategy that will allow them to effectively adapt to the conditions of globalization and ensure their sustainable development is relevant.

Analysis of research and publications on the problem. The issue of methodological foundations for forming a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization is quite relevant and diverse. Many scholars from different fields of knowledge have worked and continue to work on this topic: economics, pedagogy, management and education. Some well-known scholars who have contributed to the

development of this issue are: Peter Drucker – raised the issue of the development of institutions, including educational institutions, in the context of global changes, and emphasized the importance of innovation and flexibility of management in the context of globalization; Zygmunt Bauman – studied the impact of globalization on various aspects of social life, including education; Michael Porter – explored concepts that can be used to analyze the economic development of higher education institutions in the context of global competition; W. Edward Deming – known for his work on the development of the global economy. Edwards Deming – known for his works on quality management, which are important for the organizational development of educational institutions, especially in the context of global competition; Simon Marginson – focuses on changes in the higher education system under the influence of globalization, raises the issue of economic and social equality in education; Yuriy Surmin and Valeriy Hrynev – studied economic and managerial aspects of the development of the higher education system in Ukraine, in particular in the context of reforms and global changes; Jean-Claude Juncker – often covered topics related to the development of education in Europe in the context of globalization and European integration. These and other scholars have made a significant contribution to the development of methodological approaches to managing the economic development of higher education institutions, especially in the context of globalization.

Presenting main material. Globalization affects all spheres of social life, including the higher education system. Higher education institutions face new challenges and opportunities associated with changes in the global economy, technological progress, mobility of students and academic staff, and growing competition in the international market of educational services [1; 3; 6; 8; 12; 15].

Globalization is a multifaceted process that includes economic, social, cultural, political and other aspects. From the perspective of higher education economics, globalization changes not only the structure of financing and management of higher education institutions, but also affects academic mobility, competition for students and teachers, and the internationalization of curricula. Changing economic conditions at the global level necessitate the adaptation of traditional models of higher education management and financing. The integration of high-

er education institutions into global educational and research processes poses challenges to them in the form of unstable financial flows, which requires diversification of income sources and development of new economic models [2; 5; 9; 17; 21].

Globalization has significantly changed the context in which HEIs operate, due to the internationalization of education, increased mobility of students and teachers, and increased competition between HEIs in the international market of educational services. The main manifestations of globalization in terms of their impact on the economic development of higher education institutions are:

- technological progress – digitalization and innovative technologies that change traditional models of education and management of educational processes;
- international mobility – a growing number of students and teachers participating in international academic mobility programs (changes the structure of demand for educational services);
- transformation of the labor market – rapid changes in the global economy that require higher education institutions to quickly adapt their educational programs to the needs of the labor market [4; 7; 10; 13].

Taking into account the main trends in higher education, national problems of HEI development in the context of a full-scale war on the part of the Russian Federation, the methodological basis for forming a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization should take into account the existing potential, the state of the external environment (a system of factors that contribute to development and factors that form an array of threats and to which the higher education institution must adapt) and criteria that will allow to assess the achieved level of efficiency and effectiveness. This necessitates substantiation of the system of principles, study of factors and determination of criteria for evaluating the effectiveness of the chosen strategy. Thus, important criteria for such models include ensuring the sustainability of the financial base of higher education institutions, increasing their competitiveness at the global level, and supporting innovative processes in education and research [11; 14; 16; 20].

The following principles should be considered as the key principles in formulating the strategy of

economic development of higher education institutions in the context of globalization:

- the principle of international competitiveness – HEIs should introduce and implement educational programs and research projects that meet international standards and attract students from different countries;
- principle of innovation and technological development – integration of innovative technologies into the educational process and research activities contributes to improving the quality of education and attractiveness of higher education institutions for foreign students and investors;
- the principle of partnership with the private sector – cooperation with business and industry allows higher education institutions not only to receive funding, but also to orient educational programs to the needs of the labor market;
- principle of flexibility and mobility – exchange programs for students and teachers, as well as the possibility of obtaining double degrees, promote international integration and attract foreign investors;
- principle of sustainability and development of human resources – ensuring sustainable development of intellectual capital through improving the management system, developing human resources and improving the quality of education.

These principles are aimed at effectively shaping the strategy of economic development and competitiveness of higher education institutions in the context of globalization, preserving their reputation and attractiveness in the international arena.

One of the key aspects of formulating a strategy for the economic development of higher education institutions is to identify the main economic factors that affect the sustainable development of higher education institutions, including:

- diversification of funding sources – includes attracting both public funding and private investment, international grants and charitable contributions;
- internationalization of educational programs – expansion of international cooperation and mobility of students and teachers, which helps to attract additional funds and improve the quality of education;
- innovative development – creation of new educational and scientific products and services that have commercial value and that will allow the HEI to increase revenues and improve its competitiveness.

Also, in the process of formulating the strategy of economic development of higher education institu-

tions, it is advisable to take into account the impact of positive and negative factors that both create opportunities and pose threats to the development of higher education institutions (Table 1) [18; 19; 21].

So, globalization creates many opportunities for the development of higher education institutions, but also creates certain obstacles that require the development of strategic approaches to overcome them. Optimal development of higher education institutions in a globalized world depends on the effective use of positive factors and minimization of negative ones [15–19].

The criteria for assessing the effectiveness of formulating a strategy for economic development of higher education institutions in the context of globalization can be divided into several groups focused on different aspects of activity:

1. Economic efficiency:

- revenue growth (assesses the growth of the HEI's own revenues, such as tuition fees, grant revenues, revenues from research activities and partnership programs);
- investment attraction (effectiveness of investment attraction, including international funds, financing programs and corporate sponsorships);
- cost optimization (reduction of operating expenses, increase of efficiency of resource use, in particular through the introduction of digital technologies).

2. Quality of educational services:

- improving academic reputation (positions of higher education institutions in international and national university rankings);
- raising the level of students (results of admission campaigns, number of foreign students, success of graduates in the labor market, their career growth and social mobility);
- international accreditation and partnerships (availability of double degree programs, international research projects, and partnerships with other HEIs).

3. Innovation potential:

- development of research activities (number and quality of scientific publications, patents, innovative developments, participation in international research consortia);
- introduction of innovations in the educational process (the degree of integration of modern technologies, teaching methods and scientific results into the curriculum);

Table 1. The system of global factors of positive and negative impact in the context of the formation and implementation of the economic development strategy of higher education institutions

Positive factors		Negative factors	
International cooperation and mobility	Globalization opens up access to new partnership programs, faculty and student exchanges, and joint research projects, which helps improve the quality of education and the international ranking of higher education institutions	Increased competition	Competition for students, teachers, and financial resources is growing globally. Less developed higher education institutions may not be able to withstand this competition, losing their positions in the education market
Integration into the international market of educational services	HEIs can attract foreign students, which increases revenues and raises the global prestige of the university	Depopulation and “brain drain”	Globalization promotes the migration of talented students and teachers to countries with better educational systems, which can weaken internal resources of higher education institutions and negatively affect their development
Digitalization of the educational process	Digital technologies allow to expand the audience of students through online courses, distance learning and other new educational formats, which contributes to economic optimization and reduction of physical infrastructure costs	Financial dependence	HEIs may become dependent on international grants and funding, which entails risks of losing independence in strategic decision-making
Expanding access to knowledge	Globalization increases access to scientific literature, research, and innovation, which can improve the quality of teaching and research base of higher education institutions	Uneven access to technology	Not all HEIs have equal opportunities to implement the latest technologies, which leads to unequal conditions in the educational space
Internationalization of educational programs	Universities can integrate international standards into their curricula, which increases their competitiveness in the global market	Cultural and language barriers	Internationalization can lead to the loss of national identity of educational programs and systems, as well as to difficulties in adapting foreign students and teachers to new cultural conditions

- cooperation with business (creation of innovation centers, business incubators, technology parks on the basis of higher education institutions).

4. International integration:

- internationalization of educational programs (number of programs implemented in English, exchange of students and teachers, participation in international conferences and educational projects);
- ranking and branding of the HEI (positioning in international rankings such as QS World University Rankings or Times Higher Education, perception in the international market of educational services);
- level of foreign students and teachers (number of students and teachers from other countries, which contributes to the increase of international activity and development of cross-cultural competencies).

5. Social responsibility and realization of the third mission of the university:

- public benefit and impact on the community (contribution of the university to the development of the local community through social programs, community activities and job creation);
- environmental sustainability (development and implementation of energy efficiency policies and environmental initiatives that meet the principles of sustainable development);
- participation in global initiatives (activity in international programs and initiatives on sustainable development, environmental responsibility, humanitarian aid, etc.).

6. Organizational flexibility and management efficiency:

- adaptability to global changes (ability to quickly adapt to global trends in the education sector, change strategies and institutional priorities);
 - innovative management methods (introduction of new management models, including digital platforms for managing resources, students and academic processes);
 - attracting qualified personnel (support for the professional development of employees, advanced training, and engagement of international experts).
7. Information and digital infrastructure:
- development of IT infrastructure (degree of automation of management processes, availability of a modern educational platform that provides access to online courses and distance learning);
 - digitalization of research and education (use of modern digital tools in research, teaching and interaction with students) [4–11].

These criteria will allow for a comprehensive assessment of the effectiveness and efficiency of the economic development strategy of a higher education institution in the context of globalization, ensuring compliance with the modern requirements of the international educational community and the educational services market.

In the process of developing and further implementing an effective strategy for the economic development of higher education institutions, taking into account global educational trends, it is advisable to take into account the following approaches, methods and mechanisms, which are summarized in Table 2 [6–13].

Thus, the general process of forming a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization from the methodological side will look like this (Fig. 1) [9–15].

Table 2. Methodological principles of forming an effective strategy of economic development of higher education institutions taking into account global educational trends

№	Approach	Description.
1	Systematic approach	The systemic approach involves the integration of all aspects of the HEI's activities, including educational, scientific and economic components, into a single management system.
2	Modeling of economic processes	Modeling of economic processes is a key stage in the development of conceptual models of HEI development, where the use of econometric models, simulation modeling and system dynamics allows forecasting the development of educational institutions under different scenarios, which will provide a comprehensive analysis of economic and financial indicators, including income from educational activities, grants, international projects, etc.
3	Integration of innovative approaches	Given the significant technological changes, it is important to include innovative approaches, such as digitalization of educational processes, introduction of distance learning, and use of big data for management decision-making, in the conceptual models of economic development of higher education institutions, which will increase the efficiency of managing the resources of higher education institutions and adapt to new market requirements.
4	Diversification of income sources	One of the main challenges faced by HEIs in the context of globalization is dependence on a single source of funding, usually the state. To ensure stability, it is necessary to diversify financial flows, which involves attracting alternative sources of income: international grants, sponsorships, commercialization of research, creation of partnerships with businesses, etc.
5	International approach	Internationalization is an important strategy for the development of higher education institutions, which includes attracting international students, program exchange, double degree programs, and participation in international educational and research projects, which provides access to global resources and enhances the reputation of higher education institutions on the world stage.
6	Innovative development	Innovation is a key factor for the sustainable development of higher education institutions, where the development of innovative educational programs and the commercialization of research contribute not only to financial growth but also create new opportunities for international cooperation and improvement of the quality of education.
7	Partnership with business	Public-private partnerships are a promising area for the development of higher education institutions, where universities can cooperate with businesses to create innovative products, conduct joint research and implement projects that can generate significant revenue.

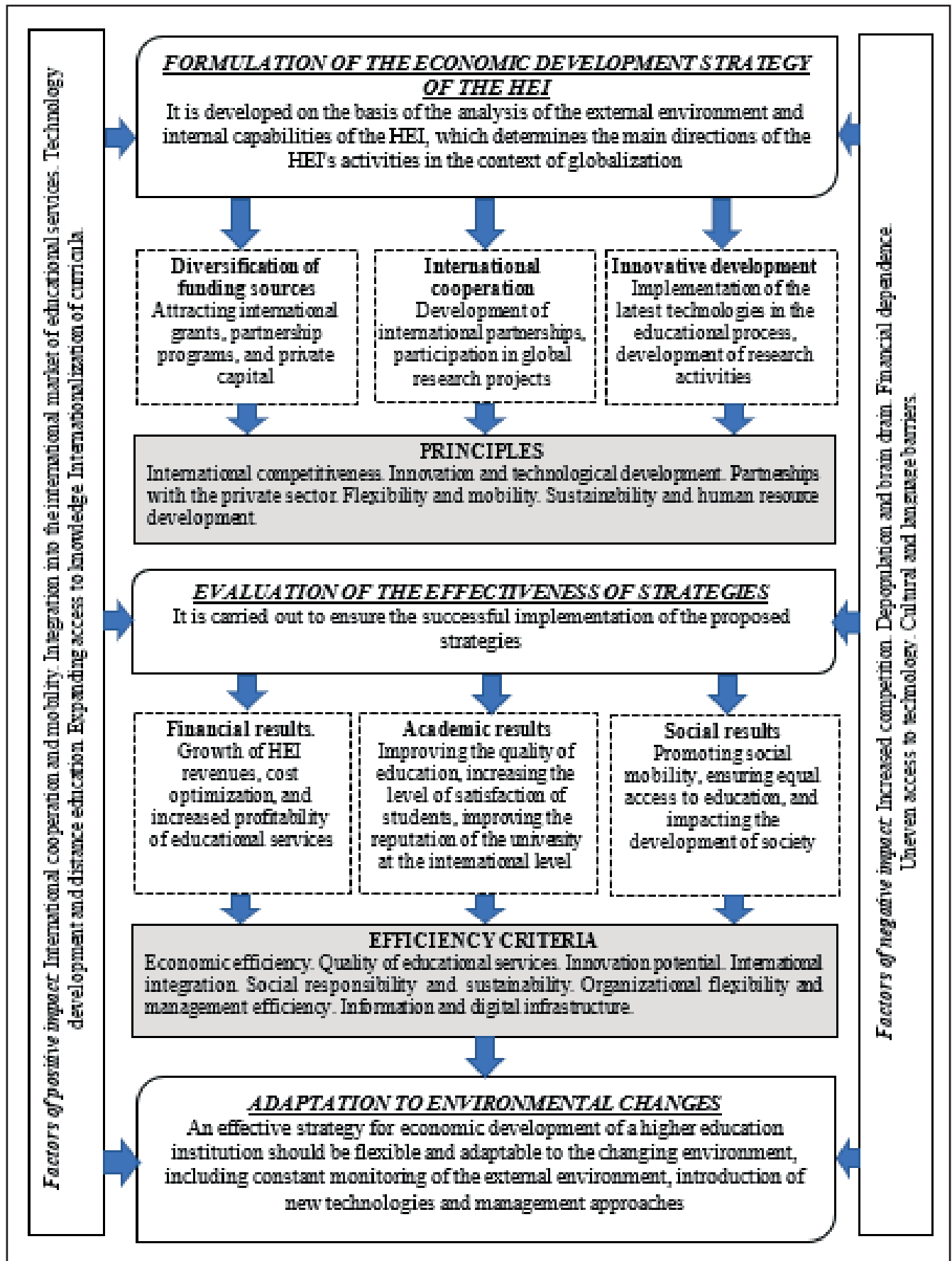


Fig. 1. Formation of a strategy for economic development of higher education institutions in the context of globalization

An important task that needs to be addressed in the process of formulating an effective economic development strategy for higher education institutions is to study the conditions and factors of the external global environment, assess opportunities and threats, and the resource potential of each individual higher education institution. For example, internationalization and innovation development strategies can be effectively applied in higher education institutions that have high scientific potential and active international relations. One example of the successful application of such strategies is the partnership between the HEI and international organizations, such as the European Union and the World Bank, which provide financial support to HEIs working on educational and research projects aimed at ensuring sustainable development. A well-founded choice and further effective implementation of the economic development strategy of a higher education institution requires constant monitoring and evaluation of results, including systematic analysis of the indicators achieved, identification of deviations, and implementation of corrective actions [13–19].

Conclusions

Thus, in the context of globalization, higher education institutions face new challenges and opportunities dictated by the need to strategize their economic development. Developing an economic development strategy that takes into account current educational trends and global factors is an important step to ensure their stability and competitiveness. An effective economic development strategy of a higher education institution should take into account such aspects as diversification of income sources, internationalization, innovative development and cooperation with business. The application of these approaches will allow higher education institutions not only to survive in the face of increased competition, but also to become leaders in their field at the global level. The methodological framework for formulating a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization provides for a comprehensive approach to the development and implementation of principles and mechanisms that take into account the main global trends and the specifics of the functioning of higher education institutions. The developed strategy of economic development of higher education institutions

should primarily comply with the principles of flexibility, adaptability and be focused on achieving the goals of sustainable development of higher education institutions in a rapidly changing environment.

References:

1. Batrak, O. V., Tarasenko, O. S. (2023). Osoblyvosti formuvannya potentsialu zakladiv vyshchoi osvity Ukrainy v umovakh viiny ta pisliavoiennomu periodi [Peculiarities of Formation of the Potential of Higher Education Institutions of Ukraine in the Conditions of War and the Post-war Period]. *Ekonomika ta suspilstvo = Economy and society*, № 53. URL: <https://doaj.org/article/1dab970d33c4435e815bc778c82d8ffd> [in Ukrainian].
2. Binytska, K., Shcherbiak, Yu. (2022). Diialnist zakladiv vyshchoi osvity dlia rozvytku tsyrkularnoi ekonomiky: zakordonnyi ta vitchyzniani dosvid [Activities of higher education institutions for the development of the circular economy: foreign and domestic experience]. *Zbirnyk naukovykh prats Umanskoho derzhavnogo pedahohichnoho universytetu = Collection of scientific papers of Uman State Pedagogical University*, Issue 3, P.141–149 [in Ukrainian].
3. Boichuk, P. M., Fast, O. L. (2021). Natsionalnyi dosvid rozroblennia stratehii rozvytku zakladiv vyshchoi osvity v Ukraini: case study [National experience in developing strategies for the development of higher education institutions in Ukraine: a case study]. *Akademichni studii = Academic studies. Series: Pedagogy*. 2021. Issue 1. P. 3–16 [in Ukrainian].
4. Borovyk, M. V. (2018). Peredumovy staloho rozvytku zakladiv vyshchoi osvity v Ukraini [Prerequisites of sustainable development of institutions of higher education in Ukraine]. *Prychornomorski ekonomichni studii = Black Sea Economic Studies*, Issue 30(1), P. 65–69 [in Ukrainian].
5. Bublyk, M. I., Zhuk, L. V., Drymalovska, Kh. V. (2018). Dosvid formuvannya stratehii rozvytku zakladiv vyshchoi osvity v umovakh hlobalizatsii [Experience of forming strategies for the development of higher education institutions in the context of globalization]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu = Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International economic relations and world economy*. 2018. Issue 21(1). – P. 31–34 [in Ukrainian].
6. Halko, L. R. (2015). Stratehichni vektory rozvytku vyshchykh navchalnykh zakladiv Ukrainy v konteksti hlobalizatsiinykh vyklykiv suchasnoho osvitnoho prostoru [Strategic vectors of development of higher educational institutions of Ukraine in the context of globalization challenges of the modern educational space]. *Visnyk*

Odeskoho natsionalnoho universytetu. Seriiia : Ekonomika = Bulletin of Odesa National University. Series: Economics, Vol. 20, Issue 1(1), P. 36–41 [in Ukrainian].

7. Hanushchak–Iefimenko, L. M., Puzyrova, P. V. (2024). Yevropeiski praktyky virtualnoho navchannia u biznes–osviti ta yikh implementatsiia v osvithomu prostori Ukrainy [European practices of virtual learning in business education and their implementation in the educational space of Ukraine]. Imperatyvy ekonomichnoho zrostantia v konteksti realizatsii Hlobalnykh tsilei staloho rozvytku = Imperatives of economic growth in the context of the Global Sustainable Development Goals: materials of the V International Scientific and Practical Internet Conference, Kyiv, April 23, 2024, Kyiv: KNUTD, 2024. P. 35–37 [in Ukrainian].

8. Khaustova, Ye. B. (2019). Stratehichni alternatyvy ta kontseptualna model rozvytku intelektualnoho kapitalu zakladu vyshchoi osvity [Strategic alternatives and conceptual model of development of intellectual capital of higher education institution]. Ekonomika ta derzhava = Economy and the government. 2019. № 1. P. 62–67 [in Ukrainian].

9. Khodakovska, K., Puzyrova, P. V. (2020). Problemy ta perspektyvy vyshchoi osvity v umovakh hlobalizatsii [Problems and prospects of higher education in the context of globalization]. Problemy intehratsii osvity, nauky ta biznesu v umovakh hlobalizatsii = Problems of Integration of Education, Science and Business in the Context of Globalization. Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference: abstracts, Kyiv, November 10, 2020. Kyiv: KNUTD, 2020. P. 174–177 [in Ukrainian].

10. Kholiavko, N. I., Samoilovych, A. H., Olyfirenko, I. S. (2023). Teoretychni zasady ta pidkhody do modernizatsii zakladiv vyshchoi osvity na bazi kontseptsii staloho rozvytku [Theoretical principles and approaches to modernization of higher education institutions based on the concept of sustainable development]. Problemy ekonomiky = Problems of economics, No. 3, P. 119–127 [in Ukrainian].

11. Korzhuk, K. V., Puzyrova, P. V. (2021). Suchasni tendentsii finansovoho zabezpechennia zakladiv vyshchoi osvity [Modern trends in the financial support of higher education institutions]. Problemy intehratsii osvity, nauky ta biznesu v umovakh hlobalizatsii = Problems of Integration of Education, Science and Business in the Context of Globalization. Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference. Kyiv, October 8, 2021. P. 93–94 [in Ukrainian].

12. Kovalchuk, V. I., Dankevych, V. O. (2018). Deiaki aspekty stratehichnoho upravlinnia rozvytkom zakladu vyshchoi osvity [Some aspects of strategic management of the development of a higher education institution].

Molodyi vchenyi = Young scientist. 2018. № 3(2). P. 548–550 [in Ukrainian].

13. Kravchenko, O. I. (2019). Stratehichni napriamy rozvytku mizhnarodnoi diialnosti v zakladi vyshchoi osvity [Strategic directions of development of international activity in higher education]. Innovatsiina pedahohika = Innovative pedagogy. 2019. Issue 11(1). P. 196–199 [in Ukrainian].

14. Kuzmina, V. K., Puzyrova, P. V. (2021). Osoblyvosti vplyvu akademichnoho kapitalizmu na sferu nauky i vyshchoi osvity [Features of the impact of academic capitalism on the field of science and higher education]. Problemy intehratsii osvity, nauky ta biznesu v umovakh hlobalizatsii = Problems of Integration of Education, Science and Business in the Context of Globalization. Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference: abstracts, Kyiv, October 8, 2021. P. 54–55 [in Ukrainian].

15. Leshchenko, H. A., Bondar, Yu. A., Kyrstia, A. V. (2022). Sotsialno–ekonomichni rozvytok naukovodoslidnoi diialnosti zakladiv vyshchoi osvity [Socio-economic development of research activities of higher education institutions]. Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy = Bulletin of Economic Science of Ukraine, № 1, P. 87–93 [in Ukrainian].

16. Matskevych, Yu. I. (2019). Vzaiemodiia zakladiv vyshchoi osvity ta biznesu v umovakh suchasnoho ekonomichnoho rozvytku [Interaction of higher education institutions and business in the context of modern economic development]. Visnyk Pryazovskoho derzhavnogo tekhnichnoho universytetu. Seriiia : Ekonomichni nauky = Bulletin of Priazovsky State Technical University. Series: Economic Sciences, Issue 37, P. 134–140 [in Ukrainian].

17. Nastych, T. P. (2013). Orhanizatsiino–ekonomichni zasady rozvytku osvitnoi diialnosti vyshchych navchalnykh zakladiv [Organizational and economic principles of development of educational activities of higher educational institutions]. Naukovyi visnyk Chernihivskoho derzhavnogo instytutu ekonomiky i upravlinnia. Seriiia 1 : Ekonomika = Scientific Bulletin of Chernihiv State Institute of Economics and Management. Series 1: Economics, Issue 4, P. 43–47 [in Ukrainian].

18. Puzyrova, P. V., Hryshchenko, O. (2020). Osnovy zabezpechennia ekonomichnoho zrostantia cherez informatsiino–marketynhovi tekhnolohii v konteksti intehratsii osvity [Fundamentals of ensuring economic growth through information and marketing technologies in the context of education integration]. Problemy intehratsii osvity, nauky ta biznesu v umovakh hlobalizatsii = Problems of Integration of Education, Science and Business in the Context of Globalization. Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference: abstracts,

Kyiv, November 10, 2020 – Kyiv: KNUTD, 2020. – P. 168–170 [in Ukrainian].

19. Puzyrova, P. V., Vlasiuk, T. M. (2024). Virtualna osvita: perspektyvy ta vyklyky v umovakh sohodennia [Virtual education: prospects and challenges in today's conditions]. Imperatyvy ekonomichnoho zrostannia v konteksti realizatsii Hlobalnykh tsilei staloho rozvytku = Imperatives of economic growth in the context of the implementation of the Global Sustainable Development Goals: materials of the V International Scientific and Practical Internet Conference, Kyiv, April 23, 2024. P. 29–31 [in Ukrainian].

20. Skydan, M. I. (2023). Pidvyshchennia yakosti vyshchoi osvity yak osnovnyi napriam stratehichnoho rozvytku zakladiv vyshchoi osvity [Improving the quality of higher education as the main direction of strategic development of higher education institutions]. Biznes Inform = Business Inform. 2023. № 9. P. 129–135 [in Ukrainian].

21. Stebliuk, N. F., Volosova, Ye. R. (2015). Rozrobka optimalnoi stratehii rozvytku vyshchych navchalnykh zakladiv na rynku osvitnikh posluh [Development of an optimal strategy for the development of higher education institutions in the market of educational services]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriia = Scientific Bulletin of Uzhhorod National University. Series: International economic relations and world economy. 2015. Issue 5. P. 146–150 [in Ukrainian].

Data about the authors

Polina Puzyrova,

Associate Professor of the Department of Smart Economics Kyiv National University of Technologies and Design, Doctor of Science in Economics, Professor

Mala Shyianovska (Nemyrovycha–Danchenka) Street, 2, Kyiv, 01011, Ukraine

e-mail: puzyrova@ukr.net

Oleksiy Tarasenko,

Candidate of Economic Sciences, doctoral student of the Department of Smart Economics, Kyiv National University of Technologies and Design

e-mail: irataras@ukr.net

Дані про автора

Пузирьова Поліна Володимирівна,

доцент кафедри смарт-економіки, Київський національний університет технологій та дизайну, д.е.н., професор

вул. Мала Шияновська (Немировича–Данченка), 2, Київ, 01011, Україна

e-mail: puzyrova@ukr.net

Тарасенко Олексій Сергійович,

к.е.н., докторант кафедри смарт економіки, Київський національний університет технологій та дизайну

e-mail: irataras@ukr.net

СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

<https://orcid.org/0000-0002-8951-5785>

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13953100>

БАТАЖОК С. Г.

Бюджетні інструменти фінансування як основа місцевого економічного розвитку

Предмет дослідження. Бюджетні програми як інструмент фінансування надходжень та сталого економічного зростання місцевих бюджетів.

Мета дослідження. Розглянути види бюджетних програм економічного зростання України. Провести аналіз бюджетних механізмів, спрямованих на забезпечення економічного відновлення та розвитку.

Методологія проведення роботи. Розкрито особливості та умови застосування бюджетних інструментів місцевого економічного розвитку. Висвітлено потенціал співробітництва територіальних громад, стейкхолдерів в частині методології на напрямів реалізації бюджетних програм.

Результати роботи. Досліджено антикризові та розвиткові інструменти місцевого економічного розвитку. В сучасних умовах домінуючою підтримкою є бюджетні інструменти. Проаналізовано види, обсяги фінансування бюджетних програм економічного зростання України в 2024 році.

Висновки. Бюджетні програми є інструментом забезпечення сталого розвитку та основою стійкості територіальних громад, що максимально сприятиме стабілізації фінансово-економічного стану та відновленню територій.

Ключові слова: місцевий економічний розвиток, бюджетні програми, державна кредитна підтримка, розвиток підприємництва, учасники екосистеми, антикризові та розвиткові інструменти.

БАТАЖОК С. Г.

Budget financing tools as the basis of local economic development

Subject of study. Budget programs as a tool for financing revenue and sustainable economic growth of local budgets.

The aim of the study. Consider types of budget programs for economic growth of Ukraine. Conduct an analysis of budgetary mechanisms aimed at ensuring economic recovery and development.

Methodology of work. The peculiarities and conditions of application of budgetary instruments of local economic development are disclosed. The potential of cooperation between territorial

communities and stakeholders in terms of the methodology for the implementation of budget programs is highlighted.

Results of work. *Anti-crisis and development tools of local economic development have been studied. In modern conditions, the dominant support is budgetary instruments. The types and volumes of financing budget programs for the economic growth of Ukraine in 2024 have been analyzed.*

Conclusions. *Budget programs are a tool for ensuring sustainable development and the basis for the stability of territorial communities, which will maximally contribute to the stabilization of the financial and economic situation and the restoration of territories.*

Keywords: *local economic development, budget programs, state credit support, entrepreneurship development, ecosystem participants, anti-crisis and development tools.*

Постановка проблеми. В умовах тривалої військової агресії, руйнування інфраструктурних та промислових об'єктів, втрат ресурсного та кадрового потенціалів, значної низки викликів та системних ризиків економіка України має потенціал та перспективи до відновлення та розвитку. Такі можливості обумовлені швидкою адаптацією підприємств до нових умов діяльності. Бюджетні програми розвитку підприємництва є одними із інструментів забезпечення прискорення темпів відновлення та формування підґрунтя для подальшого сталого економічного зростання регіонів та територіальних громад і забезпечать надходження до місцевих бюджетів. Місцевий економічний розвиток є основою фінансової стійкості територіальних громад.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Питання бюджетних інструментів, спрямованих на забезпечення економічного відновлення та розвитку регіонів і територіальних громад досліджуються у працях вітчизняних вчених: О. Кириленко, Л. Лисяк, І. Луїної, І. Лук'яненко, М. Пасічного, В. Федосова, О. Сунцової, С. Юрія, З. Варналія, А. Чухно, А. Ковальова та інших.

Визнаючи наукову цінність і практичну вагомість досліджень зазначених науковців, слід зазначити, що певне коло питань бюджетних механізмів реалізації бюджетних програм потребують додаткових досліджень.

Метою статті. Розглянути сучасний стан та провести порівняльний аналіз бюджетних програм сталого економічного зростання місцевих бюджетів та механізм їх реалізації.

Виклад основного матеріалу. Місцевий економічний розвиток (МЕР) – партисипативний процес, до якого залучені зацікавлені сторони громади та метою якого є стале економічне зростання на місцевому рівні та підвищення якості життя мешканців [1].

МЕР – це процес взаємодії та синергії дій органу місцевого самоврядування (ОМС), бізнес-спільноти, інституцій громадянського суспільства та інституційних партнерів, активних мешканців громади з метою сталого соціально-економічного розвитку громади та підвищення якості життя її мешканців [2].

Для економічного розвитку на місцевому рівні потрібна злагоджена робота усієї екосистеми – сукупності різних установ і системи взаємовідносин між ними, що складається на певній території.

Ключовими учасниками екосистеми місцевого економічного розвитку є:

1. Установи регіонального та місцевого розвитку, створені для покращення економічного, соціального та екологічного розвитку територій: агенції регіонального розвитку (АРР), створені для ефективного виконання державної регіональної політики; агенції місцевого економічного розвитку (АМЕР).

2. Організації підтримки бізнесу, створені для розвитку бізнесу та сприяння розвитку підприємства шляхом надання інформаційної, експертної, фінансової та іншої підтримки: центри інформаційної підтримки бізнесу; консалтингові компанії, бізнес-асоціації, торгово-промислові палати, клуби підприємців, кластери, які можуть надати професійну підтримку бізнесу; бізнес-клуби, бізнес-центри, хаби, коворкінги, які можуть надати приміщення для бізнесу.

3. Консультанти – незалежні фахівці, які можуть надати допомогу з розвитку бізнесу: реєстрація та супровід юридичної особи; налагодження бізнес-процесів; розробка стратегій, бізнес-планів і планів комерціалізації продукції; залучення фінансування.

4. Освітні установи. Місцева влада та підприємці повинні працювати із закладами освіти, оскільки вони розвивають людський капітал: заклади формальної освіти (школи, професійно-технічні училища, технікуми); неформальної освіти (біз-

СОЦІАЛЬНО–ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

нес–школи, тренінгові центри тощо), які можуть організувати навчальні заходи для персоналу.

5. Фінансування бізнесу банківськими установами, кредитними спілками, фондами прямих інвестицій, приватними інвесторами (бізнес–ангелами), фондами мікрокредитування, програмами ваучерної та грантової підтримки тощо.

Інструменти МЕР – проекти різних типів, які створюють умови для розвитку місцевої економіки [1].

Стейкхолдерами МЕР є: ОМС, регіональна влада, громадські організації та їх об'єднання, інституційні партнери, місцевий бізнес, місцеві жителі, релоковані підприємства, ВПО.

В контексті сьогодишньої ситуації метою діяльності ОМС повинно стати відновлення місцевої економіки через впровадження антикризових інструментів МЕР.

Антикризові та розвиткові інструменти МЕР:

Фінансовий лізинг – інструмент, який дозволяє залучати фінансові ресурси приватного сектору для розвитку матеріально–технічної бази комунального господарства, оновлення високовартісного обладнання закладів охорони здоров'я, освіти, модернізації та створення об'єктів ЖКГ (мереж і об'єктів тепло–, енерго–, водопостачання, будівництва житла, об'єктів соціальної інфраструктури, поводження з відходами тощо).

Аутсорсинг – це інструмент, який передбачає залучення ОМС на договірних засадах сторонніх організацій для забезпечення виконання ними окремих повноважень із забезпечення життєдіяльності громади.

В умовах війни індустріальні парки (ІП) можуть стати дієвим інструментом стимулювання релокації підприємств із території ведення бойових дій та прифронтових зон у безпечні регіони. Підприємства, розташовані в ІП, отримують податкові та митні пільги (звільнення на 10 років від податку на прибуток за умови спрямування звільненої від оподаткування частини прибутку на розвиток його діяльності в межах ІП; звільнення від ПДВ та мита при імпорті обладнання для виробництва без права відчуження цього обладнання впродовж 5 років). Для залучення підприємств до участі в ІП ОМС можуть встановлювати пільги з податку на нерухомість, знижені ставки земельного податку та орендної плати за землю, або навіть звільнити учасників ІП від сплати земельного податку. ОМС для активізації на території громади інноваційно–інвестиційної діяльності, збільшення рівня зайня–

тості населення, розвитку виробничих структур може стати ініціатором створення ІП.

Агенції економічного розвитку. Залежно від території охоплення такі інституції поділяються на АРР (охоплюють послугами область) та АМЕР (охоплюють своїми послугами територіальну громаду / громади, район).

Напрямами діяльності АМЕР на території громади є:

- підтримка у розробленні та реалізації стратегій розвитку громади;
- допомога у підготовці грантових і кредитних заявок, взаємодія з міжнародними донорськими організаціями, адміністрування програм;
- збір, систематизація і представлення (зокрема, ведення автоматизованої бази даних за допомогою інформаційних панелей (dashboard) як ефективних інструментів контролю і аналізу даних) інформації про територію, її ресурси, можливості, обмеження, економічні характеристики тощо;
- створення мереж у бізнес–середовищі, освітній та управлінській сфері;
- розвиток як оператора нерухомості (передбачає створення ОМС агенції з управління майна після ліквідації державних / комунальних підприємств для досягнення цілей стратегій розвитку);
- залучення інвестиційних ресурсів для розвитку території;
- присутність в інформаційному полі (зокрема, щодо захисту інтересів територіальної громади).

Центри залучення інвестицій фокусуються на чітко визначеному колі функцій: 1) розробці і просуванні інвестиційних проектів, які можуть бути реалізовані в громаді; 2) цільовому пошуку потенційних інвесторів, їх супроводі у громаді; 3) надання достовірної та актуальної інформації щодо оптимальних інвестиційних можливостей в громаді, консультації щодо ведення бізнесу в Україні; 4) сприяння комунікації інвесторів із ОМС та урядовими агенціями всіх рівнів.

За умови створення центру залучення інвестицій ОМС зможе передати йому виконання функцій просування інвестиційних можливостей громади та супроводу бізнес–інвестицій на засадах аутсорсингу.

Створення бізнес–інкубатора у формі некомерційної структури відкриває доступ до грантових коштів, комунальної установи – до бюджетного фінансування та можливості участі у регіональних і державних програмах підтримки і розвитку малого та середнього підприємництва

(МСП). Перевагою для територіальних громад (ТГ) від використання інструменту МЕР є: підвищення конкурентної привабливості; формування середовища взаємодії між ОМС, бізнесом, населенням на умовах взаємної довіри, прозорості та чесності; розвиток культури підприємницької діяльності та зниження рівня тінізації бізнесу.

Сільськогосподарські кооперативи. Перевагами для ТГ від використання даного інструменту МЕР є: зниження витрат малих місцевих товаровиробників та збільшення можливостей виробництва та збуту продукції через об'єднання виробничих ресурсів та колективний територіально орієнтований маркетинг; порівняно кращий доступ до фінансових ресурсів, ніж в малих товаровиробників; гуртування мешканців громади та малих підприємців; створення нових робочих місць; налагодження взаємодії між ОМС, населенням і бізнесом, розбудова довіри між ними; розвиток місцевого бізнес-середовища та підвищення культури ведення бізнесу; збільшення надходжень до місцевого бюджету.

Кластер. Пріоритетом від використання цього інструменту МЕР є: зміцнення місцевої економіки через налагодження комунікації і поглиблення співпраці між місцевими підприємствами, установами та організаціями різних видів діяльності; диверсифікація економіки ТГ через активізацію суб'єктів різних видів діяльності, зокрема з огляду на можливість їхньої участі в кластері; формування всього «ланцюжка» виробництва продукту в межах громади; збільшення кількості робочих місць в громаді; поступове наповнення місцевого ринку праці затребуваними кваліфікованими кадрами завдяки взаємодії бізнесу та закладів освіти.

Для ОМС в Україні краудфандинг є новим методом цільового акумулювання коштів, який у сучасних умовах передбачає організацію їх збору переважно через мережу інтернет. ОМС, будучи ініціатором проекту або програми, для реалізації якої прагне залучити кошти населення і бізнесу, може скористатися послугами існуючої (вже популярної) краудфандингової інтернет-платформи або самостійно створити онлайн-платформу для потреб ТГ. Важливо, що фінансування проектів, які ОМС прагне реалізувати із залученням інструменту краудфандингу, може відбуватися на умовах співфінансування – із залученням не лише добровільних внесків осіб та організацій, а й з місцевого бюджету та інших джерел. В умовах

війни в Україні використання краудфандингу може відіграти вагомий роль для фінансування відновлення пошкодженої інфраструктури та приватних будівель внаслідок бойових дій.

Підтримка на рівні громад розвитку соціального підприємництва має відбуватися у контексті досягнення конкретних цілей стратегій їх розвитку та спрямовуватися на вирішення соціально значущої проблеми. З цією метою ОМС можуть приймати комплексні цільові програми підтримки соціального підприємництва; сприяти залученню грантового фінансування на відкриття або розвиток соціальних підприємств у громаді.

Перевагами для ТГ від стимулювання розвитку соціального підприємництва є: налагодження взаємодії між ОМС, бізнесом та населенням громади; розвиток місцевого бізнес-середовища і поява нових видів соціальних послуг; стимулювання зайнятості соціально незахищених верств населення; зниження навантаження на місцеві бюджети у вирішенні важливої для громади соціальної проблеми.

ОМС за рахунок коштів місцевого бюджету може здійснювати фінансування професійної освіти за дуальною формою навчання, підтримку матеріально-технічної бази, виступати в ролі надавача робочих місць або навчально-виробничих ділянок для проходження здобувачами освіти професійно-практичної підготовки. Перевагами для ТГ від використання цього інструменту МЕР є: налагодження взаємодії між ОМС, бізнесом, закладами професійної (професійно-технічної) освіти та населенням громади; забезпечення потреб місцевого ринку праці фахівцями з відповідними теоретичними знаннями та практичними навичками.

Тимчасове, соціальне житло – інструмент соціальної підтримки, пов'язаний із забезпеченням осіб, які потребують соціального захисту та внутрішньо переміщених осіб житлом, умовою якого є збереження права власності держави або ТГ на домоволодіння. Джерелами фінансування формування фонду можуть бути кошти державного, місцевих бюджетів, міжнародних донорів, добровільні внески фізичних і юридичних осіб, інші джерела, не заборонені законодавством.

Інформацій супровід і координація діяльності – це інструмент передбачає діяльність ОМС у двох напрямках: 1) формування інформаційної стратегії та задіяння ефективних каналів розповсюдження інформації для її донесення до зацікавле-

СОЦІАЛЬНО–ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

них груп одержувачів; 2) налагодження взаємодії та координація дій стейкхолдерів МЕР [2].

Інструменти фінансування МЕР — це певні знаряддя, важелі реалізації цілей політики МЕР. Для забезпечення економічного розвитку треба розробити й застосовувати необхідні інструменти: місцеві цільові програми, муніципальне замовлення, податкові стимули, цільові субвенції, облігаційні позики, місцеві гарантії, корпоративну соціальну відповідальність, державно–приватне партнерство. Інструменти фінансування МЕР за способом залучення поділяються на чотири групи: бюджетні, кредитні, грантові, інвестиційні [2].

В українській практиці фінансування МЕР найпоширенішими є бюджетні інструменти. Бюджетні ресурси — це кошти бюджетів міст і бюджетів вищих рівнів, що спрямовані на фінансування потреб МЕР.

В умовах тривалої військової агресії, руйнування інфраструктурних та промислових об'єктів, втрат ресурсного та кадрового потенціалів, значної низки викликів та системних ризиків економіка України має потенціал та перспективи до відновлення та розвитку.

Такі можливості обумовлені швидкою адаптацією підприємств до нових умов діяльності. Бюджетні програми (БП) розвитку підприємництва є одними із інструментів забезпечення прискорення темпів відновлення та формування підґрунтя для подальшого сталого економічного зростання регіонів та територіальних громад і забезпечать надходження до місцевих бюджетів.

МЕР є основою фінансової стійкості територіальних громад. В таблиці 1 представлені бюджетні інструменти фінансування.

БП «Забезпечення функціонування Фонду розвитку підприємництва» спрямована на розвиток

підприємництва, збільшення обсягів виробництва, експорту, імпортозаміщення, розвиток високотехнологічного виробництва, енергоефективності, впровадження інновацій, фінансування сільськогосподарських (с.–г.) товаровиробників для проведення с.–г. діяльності в умовах воєнного стану, а також надання фінансової державної підтримки суб'єктам підприємництва за договорами фінансового лізингу та факторингового фінансування. В 2024 р. БП передбачено 18 млрд грн. Фондом розвитку підприємництва реалізуються Державні програми «Доступні кредити 5–7–9%» та «Доступний фінансовий лізинг 5–7–9%», підписано за весь період 71 013 кредитних договорів на загальну суму 229,5 млрд грн. За період воєнного стану в Україні в межах цієї програми укладено 36 191 кредитний договір на загальну суму 139,8 млрд грн., таблиця 2 [4].

ОМС мають вагомий вплив на успішну реалізацію кредитних програм що сприятиме місцевому економічному розвитку та підвищенню рівня якості суспільних благ та послуг.

Фінансування БП «Надання грантів для створення або розвитку бізнесу» 2024 р. становить 2,647 млрд грн. Малі та середні підприємства можуть отримати на розвиток від держави 15 тис. гранті, з яких 14 тис. мікрогрантів для малого бізнесу та 1 тис. грантів для переробних підприємств [6].

БП передбачено надання грантів суб'єктам господарювання на створення або розвиток переробних підприємств; садівництва, ягідництва та виноградарства; тепличного господарства. Обсяг фінансування у 2024 р. за рахунок загального фонду державного бюджету становитиме 1370 млн грн. [4].

Види державних програм грантової підтримки суб'єктів господарювання:

Таблиця 1. Види бюджетних програм економічного зростання України в 2024 р.

Назва бюджетної програми (БП)	Обсяг фінансування, млн. грн.
Забезпечення функціонування Фонду розвитку підприємництва (ФРП)	18000
Надання грантів для створення або розвитку бізнесу	2647
Підтримка фермерських господарств та інших виробників сільськогосподарської продукції	796
Фінансова підтримка сільгосп виробників	205
Часткова компенсація вартості с/г техніки та обладнання вітчизняного виробництва	1000
Забезпечення реалізації інвестиційних проектів	3000
Створення індустріальних парків	1000
Реалізація ПАТ «Українська фінансова житлова компанія» житлової політики	1443,7

Джерело [3].

Таблиця 2. Державна кредитна підтримка суб'єктів підприємництва

Напрями підтримки	Цільове призначення	Процентна ставка	Розмір кредиту	Строк кредиту
Кредити на діяльність поза зоною високого воєнного ризику	інвестиційні цілі фінансування оборотного капіталу фізичні особи-підприємці	5%, 7%, 9 % 7%, 9 %, 13% 15%	150 млн. грн 3 млн. грн	10 років 3 роки
Кредити на діяльність в зоні високого воєнного ризику:	інвестиційні цілі фінансування оборотного капіталу	1% у перші два роки кредитування, надалі 5% 3%	150 млн. грн	10 років 3 роки
Фінансовий лізинг	транспортні засоби, обладнання, техніка, нежитлова нерухомість	до 5 або 7 % пріоритетні напрями; до 9 або 11 % не пріоритетні напрями.	60 млн. грн 90 млн. грн. (с.-г. діяльність)	5 років
Факторинг	передача права вимоги платежу за договором поставки фактору (банку)	95% суми грошової вимоги.	150 млн. грн	360 днів

Джерело: сформовано автором на основі джерела [5].

1. Створення або розвиток переробних підприємств. Розмір гранту становить до 8 млн грн., за умови створення не менш як 25 робочих місць. Внесок за рахунок власних коштів отримувача (не кредитних) має становити не менш як 20% вартості проекту.

2. Створення або розвиток садівництва, ягідництва та виноградарства. Розмір гранту від 140 тис. грн. до 400 тис. грн. Напрями витрат є висадка та облаштування нового саду, ягідника, виноградника площею від 1 до 25 га.

3. Створення або розвиток тепличного господарства. Розмір гранту: 0,4–0,6 га – 2 млн грн.; 0,8–1,2 га – 3,5 млн грн.; 1,6–2,4 га – 7 млн грн.

4. Створення або розвиток власного бізнесу. Розмір мікрогранту не менш 50 тис. грн. та не перевищує: 150 тис. грн. – у разі створення одного робочого; 250 тис. грн. – у разі створення не менш як двох робочих місць.

5. Створення або розвиток власного бізнесу ветеранами війни та членами їх сімей. Розмір гранту:

1) у разі зобов'язання створити: одне робоче місце – до 250 тис. грн.; два робочих місця – від 250 тис. до 500 тис. грн.; чотири робочих місця – від 500 тис. до 1000 тис. грн. Гранти від 500 тис. до 1000 тис. грн. надаються за умови співфінансування отримувачем (70% вартості проекту – за рахунок гранту, не менш як 30% – за рахунок коштів отримувача) [6].

Реалізація грантових програм в ТГ сприятиме зміцненню фінансової спроможності ОМС. Створю-

ватимуться нові робочі місця, забезпечиться працевлаштування, зростатимуть доходи населення що сприятиме інтенсифікації МЕР, генеруванню додаткових надходжень до місцевих бюджетів.

Також у 2024 р. джерелом фінансування передбачено повернення коштів Державним центром зайнятості на суму 1277 млн грн, для надання фінансової допомоги Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття на поворотній основі для виплати допомоги по безробіттю.

У 2024 р. запроваджується нова Державна програма «Доступний факторинг», підприємства матимуть змогу покрити щоденні витрати, знизити ризик виникнення «неплатежів» з боку контрагентів та покращити стійкість всього ланцюга постачання товарів, передбачено компенсацію відсоткової ставки за факторинг на рівні до 13% річних. Уповноважений фактор надаватиме факторинг суб'єкту господарювання у розмірі до 95% дебіторської заборгованості, але сума фінансування не може перевищувати 150 млн грн., включаючи кошти, отримані за програмами «Доступні кредити 5–7–9%» та «Доступний фінансовий лізинг 5–7–9%» [4].

БП «Забезпечення державної підтримки реалізації інвестиційних проектів із значними інвестиціями» орієнтована на створення сприятливих умов для залучення в Україну значних інвестицій, створення нових робочих місць, стимулювання економічного розвитку регіонів та зростання конкурен-

СОЦІАЛЬНО–ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

тоспроможності економіки України. Для її реалізації у державному бюджеті заплановано 3 000 млн грн.

Форми підтримки інвестиційних проєктів із значними інвестиціями: звільнення від сплати окремим податків та зборів; звільнення від оподаткування ввезним митом; забезпечення переважного права землекористування земельною ділянкою державної або комунальної власності для реалізації інвестиційного проєкту; забезпечення або компенсація за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів об'єктів інженерно–транспортної інфраструктури необхідних для реалізації інвестиційного проєкту. Загальний обсяг державної підтримки не повинен перевищувати 30% планового обсягу значних інвестицій за інвестиційним проєктом із значними інвестиціями [7].

Збільшення інвестицій в економіку зумовить зростання ВВП, забезпечить створення нових робочих місць, збільшить надходження до бюджетів всіх рівнів, що дасть змогу збалансувати бюджетні витрати та надходження. Проведення аналізу власного інвестиційного потенціалу та підготовка якісних інвестиційних проєктів є вагомим роллю ОМС.

БП «Державне стимулювання створення індустріальних парків» заплановано спрямувати 1 000 млн грн на фінансування інвестиційних проєктів. ІП відіграють роль у формуванні інноваційних знань та технологій, сприяють залученню інвестицій, активізують підприємницьку діяльність, створюють робочі місця. Водночас їх створення та розвиток потребують бюджетної підтримки на всіх рівнях, належних механізмів і умов для їх діяльності [4].

Отримувачами кредитних коштів є суб'єкти господарювання, які є ініціаторами створення ІП; керуючі компанії та учасники. Сума відшкодування: для ініціатора та керуючої компанії не може перевищувати 60 млн грн.; для учасника не може перевищувати 45 млн грн. [7].

Створення ІП є ефективним засобом залучення інвестиції в громаду. При прийнятті рішення необхідно враховувати географічне розміщення земельної ділянки, логістичні маршрути, комунікації, трудові ресурси.

БП «Фінансова підтримка сільгосптоваровиробників» буде профінансовано 205 млн грн на розвиток галузі. Програма орієнтована на забезпечення продовольчої безпеки держави, підтримку фінансової стійкості с.–г. товаровиробників шляхом відновлення та модерніза-

ції меліоративних систем, а також підвищення ефективності і прозорості управління. Бюджетні кошти будуть спрямовані для надання державної підтримки у вигляді дотації с.–г. [4].

Видами державної підтримки агровиробників є:

1. Часткова компенсація вартості с/г техніки та обладнання вітчизняного виробництва: 25% вартості техніки та обладнання (без урахування ПДВ). Протягом бюджетного року один виробник с.–г. продукції може отримати державну підтримку в сумі не більше ніж 10 тис. розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня відповідного року.

2. Підтримка фермерських господарств та інших виробників с.–г. продукції на деокупованих територіях: 3100 грн. на 1 га, але не більш як 372 тис. гривень для одного отримувача. Отримувач повинен мати від 1 га до 20 га земель с.–г. призначення.

3. Фінансова підтримка с.–г. виробників, які використовують меліоровані землі: надання бюджетної дотації в розмірі до 25% вартості витрат (без урахування ПДВ), здійснених відповідно до затвердженої в установленому порядку проєктної документації.

4. Компенсація витрат за гуманітарне розмінування земель с.–г. призначення: 80% вартості таких послуг за рахунок бюджетних коштів та 20% — за рахунок коштів с.–г. товаровиробників [8].

БП «Компенсація витрат за гуманітарне розмінування земель с.–г. призначення» у державному бюджеті 2024 року передбачено 2000 млн грн. За ці кошти оператори будуть конкурувати на тендерах Prozorro. Окрему роль у виборі пріоритетних ділянок для розмінування відіграватимуть громади [4].

БП «Підтримка фермерських господарств та інших виробників с.–г. продукції» передбачено виділити 796,0 млн грн. що дасть змогу забезпечити відновлення роботи агропромислової галузі на деокупованих територіях та підвищити продовольчу безпеку країни. В рамках бюджетної підтримки ЄС Україні у 2024 році буде спрямовано 20 млн. євро дрібним с.–г., які є вагомим джерелом продовольчої безпеки країни та основними виробниками продукції для внутрішнього споживання.

БП «Часткова компенсація вартості с.–г. техніки та обладнання вітчизняного виробництва» передбачено суму 1000 млн грн., зокрема, для придбання зернозбиральних комбайнів, тракто-

рів, ґрунтообробної та посівної техніки, с.–г. обладнання, зерновозів[4].

БП є інструментами підтримки невеликих с.–г., стимулом для безробітних сільських жителів на деокупованих територіях, зокрема ВПО, які прагнуть займатися фермерським господарством. БП мають економічні та соціальні вигоди для громад, тому ОМС необхідно максимально сприяти в реалізації різноманітних інструментів державної підтримки.

БП «Підтримка внутрішнього попиту на вітчизняні товари та послуги» передбачає виділення 3000 млн грн. Зокрема, передбачається надання часткової компенсації вартості комунальної та спеціальної техніки, громадського транспорту, енергетичного обладнання, ліфтів та ліфтового обладнання вітчизняного виробництва. На заходи із посилення інституційної спроможності для підготовки проектів державно–приватного партнерства заплановано 4,95 млн грн.

БП «Реалізація приватним акціонерним товариством «Українська фінансова житлова компанія» житлової політики держави шляхом забезпечення громадян України житлом» передбачено 1 443,7 млн грн. Для отримання пільгового житла подано 113 тисяч заявок, які не покрито фінансовим ресурсом. З початку реалізації іпотечної програми портфель виданих іпотечних договорів становить 3181 тис., а середня вартість одного договору становить 1500 тис. грн.[4].

Пріоритетами Уряду у сфері підтримки щодо реалізації БП мають стати [9]:

1. Вироблення комплексної державної політики у сфері підтримки розвитку МСП що дозволить краще координувати зусилля органів влади різного рівня. Для цього доцільно: розробити та схвалити Державну стратегію розвитку МСП в Україні та узгодити її з Державною стратегією регіонального розвитку на 2021–2027 роки.

2. Необхідно розробити прозорі процедури проведення конкурсів для отримання фінансування та створити рівні можливості для учасників брати в них участь. Рекомендується, щоб кошти державних програм надавалися у вигляді співфінансування і покривали 50–90 % необхідних витрат заявників.

3. Узгодження рівнів планування і планувальних документів. Зараз в Україні відсутня єдина узгоджена система планувальних документів. Багато громад мають «традиційний набір» – стратегію, програму соціально–економічного

розвитку, цільові програми. Формат і структура цих документів у багатьох ТГ відрізняються. Часто вони не узгоджені між собою і розробляються лише з метою виконання вимог законодавства або для залучення зовнішнього фінансування. Громади витрачають багато часу на підготовку цих документів і не завжди розуміють потребу в них. Тому рекомендується узгодити рівні планування і визначити, які планувальні документи можуть бути на кожному рівні. Це дозволить уніфікувати й скоординувати державну, регіональну та місцеву політику. Можливими є такі рівні планування і види планувальних документів:

Стратегічний рівень – горизонт планування 7 років, планувальними документами на цьому рівні можуть бути загальна стратегія розвитку громади.

Операційний рівень – горизонт планування 3 роки, планувальними документами на цьому рівні можуть бути програма соціально–економічного розвитку та/або галузева програма розвитку окремої сфери життєдіяльності ТГ. Ці документи мають відповідати документам стратегічного рівня, ухвалюватися для їх виконання і досягнення цілей, мати визначені орієнтовні обсяги й джерела фінансування.

Тактичний рівень – горизонт планування 1 рік, планувальними документами на цьому рівні можуть бути місцеві цільові програми та/або плани виконання тематичної / галузевої програми. У таких програмах має бути визначений конкретний обсяг фінансування на певний рік. Ці документи мають ухвалюватися для виконання і досягнення цілей планувальних документів операційного рівня.

4 Методична підтримка ОМС. Рекомендується: розробити методичні рекомендації щодо порядку розроблення, затвердження, виконання, моніторингу та оцінювання планувальних документів, а також їх структури. Завдяки цьому ТГ матимуть уніфіковані документи, що дозволить уникнути розробки значної кількості додаткових планувальних документів.

5. Максимальна дерегуляція, спрощення і пришвидшення процедур отримання дозволів і погоджень.

Висновки

Забезпечення реалізації бюджетних програм сприятиме сталому місцевому розвитку в складних

умовах сьогодення. Взаємодія ОМС та МСП сприятиме поступовому економічному відновленню та розвитку, що забезпечить фінансову стійкість ТГ.

Список використаних джерел:

1. Воробей В. Місцевий економічний розвиток у територіальних громадах: корисні поради та кращі практики: посібник. USAID. Global Communities, 2021. 23с. URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/879/DOBRE_LED_Manual_2021_PRINT_UA.pdf
2. Сторонянська І., Патицька Х., Дуб А. Місцевий економічний розвиток у територіальних громадах: антикризові інструменти у воєнний і післявоєнний період: посібник. USAID. Львів, 2022. 75с. URL: <https://decentralization.ua/uploads/library/file/838/LED.pdf>
3. Про Державний бюджет України на 2024 рік: Закон України 09.11.2023 р. №3460–ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460–20#Text>
4. Бюджетні інструменти економічного відновлення та розвитку / Частина 1. Проект USAID «ГОВЕРЛА» 16.01.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17371>
5. Бюджетні інструменти економічного відновлення та розвитку у 2024 році. / Частина 2. Проект USAID «ГОВЕРЛА» 23.01.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17372>
6. Бюджетні інструменти економічного відновлення та розвитку у 2024 році / Частина 3. Проект USAID «ГОВЕРЛА» 05.02.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17458>
7. Бюджетні інструменти економічного відновлення та розвитку у 2024 році / Частина 5. Проект USAID «ГОВЕРЛА» 19.02.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17679>
8. Бюджетні інструменти економічного відновлення та розвитку у 2024 році / Частина 4. Проект USAID «ГОВЕРЛА» 09.02.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17599>
9. Володимир Крижанівський. Як територіальні громади можуть покращити залучення й підтримку розвитку місцевого бізнесу: звіт за результатами роботи програми USAID DOBRE. Київ, 2022. 50с. URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/870/web_DOBRE_Lessons_Learned_LED_Business_Engagement_approved.pdf

References:

1. Vorobei V. Mistsevyi ekonomichnyi rozvytok u terytorialnykh hromadakh: korynsni porady ta krashchi praktyky: posibnyk. USAID. Global Communities, 2021. 23s.

URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/879/DOBRE_LED_Manual_2021_PRINT_UA.pdf

2. Storonianska I., Patytska Kh., Dub A. Mistsevyi ekonomichnyi rozvytok u terytorialnykh hromadakh: antykrizovi instrumenty u voiennyi i pisliavoiennyi period: posibnyk. USAID. Lviv, 2022. 75s. URL: <https://decentralization.ua/uploads/library/file/838/LED.pdf>
3. Pro Derzhavnyi biudzheth Ukrainy na 2024 rik: Zakon Ukrainy 09.11.2023 r. №3460–ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460–20#Text>
4. Biudzhetni instrumenty ekonomichnoho vidnovlennia ta rozvytku / Chastyna 1. Proiekt USAID «HOVERLA» 16.01.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17371>
5. Biudzhetni instrumenty ekonomichnoho vidnovlennia ta rozvytku u 2024 rotsi. / Chastyna 2. Proiekt USAID «HOVERLA» 23.01.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17372>
6. Biudzhetni instrumenty ekonomichnoho vidnovlennia ta rozvytku u 2024 rotsi / Chastyna 3. Proiekt USAID «HOVERLA» 05.02.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17458>
7. Biudzhetni instrumenty ekonomichnoho vidnovlennia ta rozvytku u 2024 rotsi / Chastyna 5. Proiekt USAID «HOVERLA» 19.02.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17679>
8. Biudzhetni instrumenty ekonomichnoho vidnovlennia ta rozvytku u 2024 rotsi / Chastyna 4. Proiekt USAID «HOVERLA» 09.02.2024. URL: <https://decentralization.ua/news/17599>
9. Volodymyr Kryzhanivskyyi. Yak terytorialni hromady mozhut pokrashchty zaluchennia y pidtrymku rozvytku mistsevoho biznesu: zvit za rezultatamy roboty prohramy USAID DOBRE. Kyiv, 2022. 50s. URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/870/web_DOBRE_Lessons_Learned_LED_Business_Engagement_approved.pdf

Дані про автора

Батажок Світлана Григорівна,

к.е.н., доцент кафедри економіки та економічної теорії, Білоцерківський національний аграрний університет, м. Біла Церква

e-mail: batazhok@ukr.net

Data about the author

Svitlana Batazhok,

PhD in Economics, Professor of the Department of Economics and Economic Theory,

Bila Tserkva National Agrarian University, Bila Tserkva
e-mail: batazhok@ukr.net

Незаконний експорт сільськогосподарської продукції з України

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю наповнення бюджету в умовах воєнного стану та початком переговорів про вступ України в ЄС. Ключовим завданням експортної політики нашої країни є нарощування експорту, насамперед в країни Європейського Союзу, але законним шляхом, який не призведе до блокування країнами сусідами існуючих митних переходів. Нині незаконним експортом вважається переміщення товарів поза митним контролем або з приховуванням їх від власне митного контролю. Переважно такого роду порушення в українському законодавстві караються лише відповідними штрафами та конфіскацією продукції. Втім, по окремих видах товарів існує покарання посилено, наприклад в період пандемії встановлена кримінальна відповідальність за приховування від митного контролю товарів протиепідемічного призначення. Подолання наслідків російської агресії та підвищення рівня добробуту населення, а також зменшення негативного сальдо платіжного балансу зумовлює необхідність нарощування обсягів вітчизняного експорту продовольства.

Метою статті є теоретико–прикладне обґрунтування напрямів зменшення незаконного експорту сільськогосподарських культур. Зазначена мета формує гіпотезу про те, що виявлення шляхів незаконного експорту та здійснення заходів щодо покращення експортних можливостей вітчизняних сільгоспвиробників дозволить суттєво знизити ризики пов'язані із незаконним вивезенням сільськогосподарської продукції.

Методи дослідження. Застосовано діалектичний метод дослідження, економіко–статистичний та системний і комплексний аналіз ринкового середовища в рослинництві в Україні.

Результати роботи. Встановлено, що нині доцільним є виділення чотирьох основних способів незаконного експорту сільськогосподарської продукції, а саме порушення митних процедур, «сірий» експорт, контрабанда та крадіжка на окупованих територіях. Детально розглянуто кожен із способів та здійснено експертне оцінювання обсягів незаконного експорту за вказаними вище способами. За першим способом як правило підприємство експортує в країни ЄС сільськогосподарську продукцію без документів, що підтверджували б закупівлю відповідної продукції. Крім цього такого виду підприємство ще й занижує свої доходи і в такий спосіб ухиляється від сплати, наприклад податку на прибуток, тощо. Встановлено, що другий спосіб незаконного експорту сільгосппродукції полягає в ухиленні від оподаткування. При цьому найпоширенішою схемою такого ухилення від сплати податків є купівля за готівку певного виду сільськогосподарської продукції, яка не має документів про походження з подальшим її вивезенням за кордон за допомогою реквізитів підставних підприємств. Проаналізовано і третій спосіб незаконного експорту, а саме контрабанда сільгосппродукції з України. Факт цієї контрабанди можна встановити лише співставивши офіційні статистичні дані відповідно по експорту цієї продукції з України та наприклад російські статистичні дані по імпорту нашої продукції. Розглянуто наслідки і четвертого способу незаконного експорту української продукції, а саме її крадіжку на тимчасово окупованих територіях з подальшим експортом в інші країни.

Висновок. У підсумку обґрунтовано першочергові заходи щодо зменшення обсягів незаконного експорту сільгосппродукції з України.

Ключові слова: незаконний експорт, сільськогосподарська продукція, митні процедури, контрабанда, «сірий» експорт, військова агресія, окуповані території.

MELNYK T. M.

BUDZIAK V. M.

Illegal export of agricultural products from Ukraine

The relevance of the study is determined by the need to fill the budget in the conditions of martial law and the beginning of negotiations on Ukraine's accession to the EU. The key task of our country's

export policy is to increase exports, primarily to the countries of the European Union, but in a legal way that will not lead to the blocking of existing customs crossings by neighboring countries. Currently, the movement of goods outside customs control or hiding them from customs control is considered illegal export. Mostly, violations of this kind in Ukrainian legislation are punished only by appropriate fines and confiscation of products. However, for certain types of goods, the existing punishment has been strengthened, for example, during the pandemic, criminal liability has been established for hiding anti-epidemic goods from customs control. Overcoming the consequences of Russian aggression and raising the level of the population's well-being, as well as reducing the negative balance of payments necessitates the need to increase the volume of domestic food exports.

The purpose of the article is theoretical and applied substantiation of ways to reduce the illegal export of agricultural crops. The specified goal forms the hypothesis that identifying the ways of illegal export and implementing measures to improve the export capabilities of domestic agricultural producers will significantly reduce the risks associated with the illegal export of agricultural products.

Research methods. The dialectical method of research, economic–statistical and systemic and complex analysis of the market environment in crop production in Ukraine is applied.

Work results. It has been established that it is now expedient to distinguish four main methods of illegal export of agricultural products, namely violation of customs procedures, «gray» export, smuggling and theft in the occupied territories. Each of the methods was considered in detail, and an expert assessment of the volume of illegal export was carried out according to the above methods. According to the first method, as a rule, the enterprise exports agricultural products to EU countries without documents confirming the purchase of the corresponding products. In addition to this, this type of enterprise also understates its income and in this way evades payment, for example, income tax, etc. It was established that the second method of illegal export of agricultural products is tax evasion. At the same time, the most common scheme of such tax evasion is the purchase for cash of a certain type of agricultural products that do not have documents of origin and their further export abroad using the details of front companies. The third method of illegal export was also analyzed, namely the smuggling of agricultural products from Ukraine. The fact of this smuggling can be established only by comparing official statistical data on the export of these products from Ukraine and, for example, Russian statistical data on the import of our products. The consequences of the fourth method of illegal export of Ukrainian products, namely their theft in the temporarily occupied territories with subsequent export to other countries, are considered.

Conclusions. As a result, priority measures to reduce the volume of illegal export of agricultural products from Ukraine are substantiated.

Key words: illegal export, agricultural products, customs procedures, smuggling, «gray» export, military aggression, occupied territories.

Постановка проблеми. Нині незаконним експортом вважається переміщення товарів поза митним контролем або з приховуванням їх від власне митного контролю. Переважно такого роду порушення в українському законодавстві караються лише відповідними штрафами та конфіскацією продукції. Втім, по окремих видах товарів існуюче покарання посилено, наприклад в період пандемії було посилено покарання і встановлена кримінальна відповідальність за приховування від митного контролю товарів проти епідемічного призначення [1].

Стратегічним напрямом усунення незаконного експорту сільгоспродукції може бути орієнтація на окремі види сільгоспкультури, що сприятимуть

ефективному конкурентному позиціонуванню нашої країни на світовому ринку. При цьому подолання наслідків російської агресії та підвищення рівня добробуту населення, а також зменшення негативного сальдо платіжного балансу зумовлює необхідність нарощування обсягів вітчизняного експорту продовольства.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Формуванням експортного потенціалу в рамках зміцнення аграрним підприємством своїх конкурентних позицій займалися такі науковці як С. В. Маркова, О. М. Шевченко та О. М. Олійник. Відповідно вони ідентифікували як внутрішні, так і зовнішні фактори впливу на експортний потенціал підприємства [10]. Зокрема, Н. Патица виділяє

пріоритети забезпечення конкурентоспроможності сільського господарства України на світових ринках серед яких є і експортоорієнтована модель з посиленням ролі держави в управлінні конкурентоспроможністю суб'єктів експортоорієнтованого підприємництва. Тобто нерозвиненість експортної інфраструктури та сфери логістики поряд із незаконним експортом негативно впливає на сам розвиток сільського господарства, а тому потребують подальшого вивчення.

Метою статті є теоретико-прикладне обґрунтування напрямів зменшення незаконного експорту сільськогосподарських культур. Зазначена мета формує гіпотезу про те, що виявлення шляхів незаконного експорту та здійснення заходів щодо покращення експортних можливостей вітчизняних сільгоспвиробників дозволить суттєво знизити ризики пов'язані із незаконним вивезенням сільськогосподарської продукції.

Застосовано діалектичний метод дослідження, економіко-статистичний та системний і комплексний аналіз ринкового середовища в рослинництві в Україні. Зважаючи на зміст визначеної проблеми, мету статті, встановлену гіпотезу, а також використані методи, зміст викладу результатів проведеного дослідження в основній частині статті має такі послідовні складові: порушення митних правил, «сірий» експорт сільськогосподарської продукції, контрабанда сільськогосподарської продукції. Кожен із розглянутих нижче способів має свої певні особливості, а отже важливість завданих цими способами державі збитків буди суттєво відрізняться.

Виклад основного матеріалу.

1. Порушення митних правил

Перший спосіб найпоширеніший і пов'язаний із наданням неправдивих відомостей щодо покупця або щодо вартості власне продукції. Тобто йдеться переважно про порушення митних правил встановлених Митним кодексом України. Як варіант підприємство експортує в країни ЄС сільськогосподарську продукцію без документів, що

підтверджували б закупівлю відповідної продукції. Крім цього такого виду підприємство, як правило занижує доходи, і в такий спосіб ухиляється від сплати, наприклад податку на прибуток тощо.

Виявлення незаконного експорту сільськогосподарської продукції здійснює координаційно-моніторингова митниця Держмитслужби України. Поширеним видом покарання за незаконний експорт сільськогосподарської продукції є штраф аналогічний вартості самої сільгоспродукції з її одночасною конфіскацією. Найбільш популярними для цього способу є зернові культури, олія та насіння соняшника.

З метою усунення порушень митних процедур, зменшення ризиків неповернення валютної виручки, несплати податків та ефективного запровадження режиму експортного забезпечення пропонується:

- встановити нові граничні терміни розрахунків, тобто повернення виручки до 60–90 днів;
- удосконалити процедуру та порядок запровадження митних декларацій;
- уточнити та збільшити існуючий перелік підстав для відмови у митному оформленні сільськогосподарських культур сумнівного походження;
- розширити перелік товарів, для яких застосовується режим експортного забезпечення;
- запровадити прозорі реєстри сертифікатів та експортерів сільськогосподарської продукції.

2. «Сірий» експорт сільськогосподарської продукції.

Наступним поширеним способом експорту сільськогосподарської продукції є метод так званого «сірого» експорту. Суть цього методу полягає в ухиленні від оподаткування. За даними правоохоронців найпоширенішою схемою такого ухилення від сплати податків на десятки мільйонів гривень є купівля за готівку певного виду сільськогосподарської продукції, яка не має документів про походження з подальшим його вивезенням за кордон за допомогою реквізитів підставних підприємств.

Таблиця 1. Обсяги незаконного експорту сільгоспродукції з України

Види	Порушення митних процедур	«Сірий» експорт (схеми ухилення від оподаткування)	Контрабанда (перевезення товарів поза митним кордоном)	Крадіжка на окупованих територіях з подальшим експортом
Обсяг, млн т	2,6	3,2	–	0,5
Вартість, тис дол.	550 (зернові)*	520 (пшениця)**	720 (овочі)***	91,9 (зернові)****

Джерело: авторські розрахунки на основі [2]*, [3]**, [9]***, [5]****.

В рамках цього способу здійснюється використання для власне експорту ризикованих підприємств. Ризикованими підприємствами, як правило виступають компанії посередники, які скуповують сільськогосподарську продукцію і які оформлені на підставних осіб. При експорті скупленої сільськогосподарської продукції підставні компанії у свою чергу у митних деклараціях подають інформацію про фіктивних, вигуманих сільгоспвиробників або ж незаконно вивозять сільгосппродукцію за кордон.

Результатом зазначених вище дій є те, що українську сільгосппродукцію продають компанії–нерезиденти іншим компаніями нерезидентам. При цьому за даними Бюро економічної безпеки (БЕБ) лише від загального експорту зерна в такий спосіб експортується 20% [3]. За попередніми даними нині в Україні існує ціла мережа такого роду компаній, які пов'язані із російською федерацією. Як результат лише по одній кримінальній справі по одному терміналу для зберігання зерна збитки оцінюються у понад 60 млн гривень від ухилення від сплати ПДВ [6].

Цей спосіб дозволяє не повертати в Україну валютну виручку від експорту відповідної сільськогосподарської продукції та не сплачувати податки. В рамках цього способу незаконного експорту сільгосппродукції можуть створюватися так звані «центри мінімізації митних платежів». Особливо активними псевдо центри є сьогодні на півдні нашої країни. Найбільш популярними видами сільгосппродукції для цього способу незаконного експорту є пшениця, ячмінь та соя.

Більшість експертів у сфері «сірого» експорту рекомендують долати існуючі нині найбільш поширені схеми з ухилення від сплати податків шляхом реалізації наступних заходів:

- запровадити інституційну реформу Державної митної служби та налагодити ефективний обмін митною інформацією з іншими, насамперед європейськими країнами;
- покращити рівень матеріального забезпечення прикордонників та технічного оснащення митників для зменшення корупційних чинників;
- забезпечити належні умови щодо ефективної роботи нового Бюро економічної безпеки (БЕБ), як єдиного органу по боротьбі із економічними злочинами у тому числі через посилення громадського контролю над роботою цієї структури.
- удосконалити та привести у відповідність до європейських вимог вітчизняне трудове законо-

давство шляхом прийняття відповідних законодавчих змін;

- суттєво знизити навантаження на фонд оплати праці, компенсуючи недонадходження до бюджету за рахунок скорочення неефективних видатків бюджету та запровадження покращеної системи податків на землю та майно;
- суттєво спростити та оптимізувати адміністрування податків та зборів, у тому числі через реформу корпоративного податку (впровадження податку на виведений капітал).

3. Контрабанда сільськогосподарської продукції.

Існує також і третій спосіб незаконного експорту сільськогосподарської продукції – це її контрабанда. Особливо значною була контрабанда з початком російської агресії проти України на сході нашої країни починаючи із 2014 року. Як наслідок був ухвалений Закон України «про санкції» в якому прописано правові підстави та принципи власне санкцій, їх види і процедуру застосування [4].

Встановити факт контрабанди української сільськогосподарської продукції в російську федерацію практично не можливо, але не прямими доказами її існування може служити співставлення та аналіз офіційних статистичних даних відповідно по експорту цієї продукції з України та російських статистичних даних по імпорту нашої продукції. Так, за даними нашої державної служби статистики така сільськогосподарська продукція як пшениця, ячмінь та кукурудза не експортувалася в росію у 2017 і 2018 роках. В той час як за даними російської служби статистики навпаки вона імпортувалася з України в зазначені роки, тобто можливо була контрабанда цієї продукції з України [4, с. 69]. Також в цей період популярною експортною контрабандною сільгоспкультурою були горіхи.

Четвертим способом незаконного експорту української сільгосппродукції слід вважати крадіжку вітчизняної продукції на окупованих територіях та її експорт у третій країні і в саму російську федерацію. Зокрема, Україна є суттєвим експортером багатьох видів сільськогосподарської продукції у світі про що свідчить частка нашої держави на світових ринках від 10% по пшениці до 17% по ячменю [5]. При цьому майже 90 % обсягу експорту сільськогосподарської продукції наша держава здійснювала морським шляхом із Чорного моря, що через нинішню російську агресію значно скоротився. Лише з Бердянська у 2022 році було вкрадено та вивезено

близько 500 тис т зерна, вартістю 100 млн доларів США.

Незаконний експорт українського зерна, фруктів та овочів здійснювався російською федерацією і на свою територію, зокрема у красноярський край. Загалом незаконний експорт здійснюють більше як 50 суховантажників у більше як 15 портів світу [5]. Для перешкодження незаконного експорту зазначеним вище способом необхідно запровадити адекватні санкції проти балкерів, портів, судновласників, страхових і брокерських компаній а також самих покупців.

Загалом для українського експорту сільськогосподарської продукції крім незаконного експорту найбільшу загрозу нині має бажання і власне дії щодо знищення всього експорту. Так, росія постійно атакує портову інфраструктуру України. Цілями агресора є також повне знищення цивільних суден та зерносховищ. Серед постраждалих є і країни нашого експорту сільськогосподарських культур, а саме: Алжир, Лівія, Єгипет, Туніс, КНР, В'єтнам, Індонезія, Іспанія, Туреччина та Нідерланди та інші.

Аналіз існуючих випадків незаконного експорту сільськогосподарських культур свідчить про домінування в цьому експорті продукції рослинництва. Основними причинами такого домінування є:

- переважання в загальній структурі сільськогосподарського виробництва саме продукції рослинництва, насамперед зернових культур;

- надлишок продукції рослинництва для забезпечення внутрішніх потреб населення країни в цій продукції;

- наявність великої кількості елеваторів та складів для тимчасового зберігання власне сільськогосподарських культур;

- краще налагоджена логістика з продажу рослинницької продукції порівняно із продукцією тваринництва;

- більша різноманітність саме видів сільськогосподарських культур, що продається;

- більша кількість задіяного персоналу та посередницьких фірм і компаній.

Власне існуюча нині система домінування в експорті сільськогосподарської сировини, а також квотні обмеження Європейського Союзу сприяють диверсифікації самого експорту та пошуку незаконних шляхів сільськогосподарського експорту. Крім цього незаконному експорту сприяють і недосконалі митно-тарифні процедури та фіскально-податкова політика. До певної міри незаконний експорт продукції зумовлений і високою вартістю окремих видів сільськогосподарських культур (табл. 2).

Очевидно блокада на кордоні із боку наших країн сусідів також сприяла до певної міри пошуку незаконних шляхів експорту сільськогосподарської продукції, але і сам незаконний експорт який існував до початку цієї блокади з великою ймовірністю став однією із при-

Таблиця 2. Перелік найбільш вартісних видів сільськогосподарських культур у 2022 (% до 2021) та 2023 роках

Вид сільськогосподарської продукції	Обсяг експорту, млн т		Вартість експорту, млрд дол		Вартість 1 тонни, дол США	
	2022*	2023**	2022	2023	2022	2023
Роки	2022*	2023**	2022	2023	2022	2023
Кукурудза	24,99(+1%)	26	5,94(+1%)	4,9	237,7	188,5
Соняшникова олія	4,29(-16,3%)	5,6	5,46(-14,4%)	5	1272	892,8
Пшениця	11,2(-44,1%)	16	2,6(-44,7%)	2,94	232	183,8
Ріпак	3,12(+17%)	2,9	1,54(-8,6%)	1,168	493,6	402,8
Насіння соняшнику	2,7(+330%)	0,790	1,255(+330%)	0,277	464,8	350,6

Джерело: авторські розрахунки на основі [7]* та [8]**.

Таблиця 3. Структура експорту основних видів сільськогосподарських культур у 2023 році

Вид сільськогосподарської продукції	Основні країни імпортери			Основні шляхи перевезення, млн т		
				Морські	залізничні	автомобільні
Кукурудза	Китай	Іспанія	Румунія	20 млн т	4,7 млн т	451 тис т
Соняшникова олія	Румунія	Туреччина	Китай	3,9 млн т	821 тис т	601 тис т
Пшениця	Іспанія	Туреччина	Румунія	13,7 млн т	1,78 млн т	481 тис т
Ріпак	Німеччина	Румунія	Бельгія	-	-	-
Насіння соняшнику	Румунія	Туреччина	Бельгія	-	-	-

Джерело: авторські розрахунки на основі [7]* та [8]**.

СОЦІАЛЬНО–ТРУДОВІ ПРОБЛЕМИ

чин самої блокади. Результати цієї блокади з боку Польщі та Словаччини, а також додаткові вимоги з боку Угорщини та Болгарії відобразилися як на величині самого експорту практично всіх видів сільгоспродукції, так і на географії експорту загалом. Зокрема зросла частка експорту поза межами країн ЄС, насамперед в Туреччині та Китаї (табл. 3).

Крім цього в самому Європейському Союзі головними імпортерами більшості видів сільгоспкультур стали Іспанія, Румунія, Німеччина, Італія тощо.

Висновки

Таким чином, прогрес в боротьбі проти незаконного експорту вітчизняної сільгоспродукції має бути досягнутий завдяки розвитку відповідних інститутів, досягненню наскрізних цілей цифрової трансформації, а також підтримці розвитку окремих напрямів сільського господарства:

- розвиток експортного потенціалу. Потрібно зосередитися на вирощуванні конкретних сільськогосподарських культур, які мають високий експортний потенціал. Інвестуючи в селекцію цих культур та підвищуючи їхню конкурентоспроможність з метою подальшого збільшення експорту;
- розвиток інфраструктури. Необхідно розширювати експортні можливості розвиваючи транспортну, логістичну та торговельну інфраструктуру, що має вирішальне значення для сприяння експорту, особливо в умовах російської агресії. Інвестиції у захист та потужність портів, а також побудова нових залізничних і автомобільних шляхів та збільшення кількості прикордонних пунктів пропуску можуть зробити українську продукцію більш конкурентоспроможною на міжнародних ринках;
- розвиток торгівельного потенціалу. В рамках набуття членства в ЄС слід узгоджувати з міжнародними партнерами та впроваджувати нові програми щодо сприяння торгівлі, зокрема надання малим та середнім підприємствам фінансової підтримки, компенсації виробникам сільськогосподарської продукції витрат на розминування, впровадження механізмів воєнного страхування тощо;
- реформування ринково–експортних інституцій. Рекомендується прискорити структурні реформи та поліпшити існуюче бізнес–середовища з метою стимулювання експорту. В ці реформи входять заходи зі скорочення бюрократії, підвищення прозорості регуляторного середовища,

захисту прав інтелектуальної власності та зміцнення верховенства права, що у свою чергу дозволить залучити іноземні інвестиції в розвиток експортних можливостей сільгоспвиробників.

У зв'язку з цим перспективними напрямками подальших наукових досліджень стануть вивчення шляхів боротьби із незаконним імпортом сільськогосподарських культур та незаконним експортом та імпортом іншої у тому числі промислової продукції.

Список використаних джерел:

1. Кабінет Міністрів України. (25 березня 2020) За незаконний експорт товарів протиепідемічного призначення буде передбачена кримінальна відповідальність – <https://www.kmu.gov.ua/news/za-nezakonnij-eksport-tovariv-protiepidemichnogo-priznachennya-bude-peredbachena-kriminalna-vidpovidalnist>
2. Professional. (17 жовтня 2024) Координаційно–моніторингова митниця виявила незаконний експорт сільськогосподарської продукції на підставі фіктивних товаросупровідних документів – <https://qdpro.com.ua/ru/news/koordinaciyno-monitoringova-mitnitsya-viyavila-nezakonnij-eksport-silskogospodarskoyi-produkciji>
3. Бюро економічної безпеки України. (16 листопада 2023) Понад 20% від експорту зерна здійснюють ризикові підприємства. БЕБ надало до КМУ пропозиції – <https://esbu.gov.ua/news/20-vid-eksportu-zerna-zdiisniuiut-ryzkovi-pidpriemstva-beb-nadalo-do-kmu-propozytsii>
4. Національний інститут стратегічних досліджень. (1 січня 2021) Трансформація зовнішньоекономічних відносин України з російською федерацією: 2010–2020 роки – https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-01/ad_zovnish_ru_ukr_2010-2020_sait_new.pdf
5. Макеєв О. (18 липня 2022) Окупанти крадуть українське зерно: поіменний список мародерів. Економічна правда – <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/18/689281/>
6. Українські національні новини. (14 червня 2024) Злочинні дії тривають: детектив БЕБ на суді розповів, що сирійський експорт з «Олімпекса» досі триває – <https://unn.ua/news/zlochynni-dii-tryvaiut-detektyv-beb-na-sudirozpoviv-shcho-siryi-eksport-z-olimpiksa-dosi-tryvaie>
7. Міністерство економіки України. (4 січня 2023) Україна в 2022 році експортувала майже 100 млн тонн товарів – <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=1487b1f5-eeb7-4946-b9c8-3370f20568a2&title=UkrainaV2022-RotsiEksportovala>

8. Elevatorist. Com. (29 січня 2024). Аграрний експорт–2023: скільки і куди продали зерна та олії – https://elevatorist.com/storage/2024/Spesproekty/Info_Elevatotist_export2023%20%288%29.png

9. Professional. (17 жовтня 2024) Обсяги контрабанди за п'ять років в Україні склали 52,8 млрд – дослідження – <https://qdpro.com.ua/ru/news/obsyagi-kontrabandi-za-pyat-rokiv-v-ukrayini-sklali-528-mlrd-doslidzhennya>

10. Маркова С. В., Шевченко О. М., Олійник О. М. (2016) Механізм формування експортного потенціалу підприємств агробізнесу в умовах євроінтеграції. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2016. Вип. 19. С. 70–74.

References:

1. Cabinet of Ministers of Ukraine. (March 25, 2020) Criminal liability will be provided for the illegal export of anti-epidemic goods – <https://www.kmu.gov.ua/news/za-nezakonnij-eksport-tovariv-protiepidemichnogo-priznachennya-bude-peredbachena-kriminalna-vidpovidalnist>

2. Professional. (October 17, 2024) Coordination and Monitoring Customs detected illegal export of agricultural products on the basis of fictitious accompanying documents – <https://qdpro.com.ua/ru/news/koordinaciyno-monitoringova-mitnitsya-viyavila-nezakonnij-eksport-silskogospodarskoyi-produkciyi>

3. Bureau of Economic Security of Ukraine. (November 16, 2023) More than 20% of grain exports are carried out by risky enterprises. BEB submitted proposals to the CMU – <https://esbu.gov.ua/news/20-vid-eksportu-zerna-zdiisniuit-ryzykovi-pidpriemstva-beb-nadalo-do-kmu-propozytsii>

4. National Institute of Strategic Studies. (January 1, 2021) Transformation of Ukraine's foreign economic relations with the Russian Federation: 2010–2020 – https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-01/ad_zovnish_ru_ukr_2010-2020_sait_new.pdf

5. Makeev . O. (July 18, 2022) Occupiers steal Ukrainian grain: a name list of looters. Economic truth – <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/18/689281/>

6. Ukrainian National News. (June 14, 2024) Criminal activities continue: a BEB detective told the court that gray exports from Olympex still continue – <https://unn.ua/news/zlochynni-dii-tryvaiut-detektyv-beb-na-sudi-rozpovivshcho-siryi-eksport-z-olimpexa-dosi-tryvaie>

7. Ministry of Economy of Ukraine. (January 4, 2023) Ukraine exported almost 100 million tons of goods in 2022 – <https://me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=1487b1f5-eeb7-4946-b9c8-3370f20568a2&title=UkrainaV2022-RotsiEksportuvala>

8. Elevatorist. Com. (January 29, 2024). Agricultural export–2023: how much and where grains and oils were sold – https://elevatorist.com/storage/2024/Spesproekty/Info_Elevatotist_export2023%20%288%29.png

9. Professional. (October 17, 2024) The volume of smuggling in Ukraine for five years amounted to 52.8 billion – research – <https://qdpro.com.ua/ru/news/obsyagi-kontrabandi-za-pyat-rokiv-v-ukrayini-sklali-528-mlrd-doslidzhennya>

10. Markova S. V., Shevchenko O. M., Oliynyk O. M. (2016) The mechanism of formation of the export potential of agribusiness enterprises in the conditions of European integration. Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: Economics and management. 2016. Issue 19. P. 70–74.

Дані про авторів

Мельник Тетяна Миколаївна,

д. е. н., професор, завідувач кафедри міжнародного менеджменту Державного торговельно-економічного університету м. Київ, Україна

ORCID: 0000-0002-3839-6018

e-mail: t.melnyk@knu.edu.ua

Будзяк Василь Миронович,

д. е. н., професор, професор кафедри міжнародного менеджменту Державного торговельно-економічного університету, м. Київ, Україна

ORCID: 0000-0002-3744-9691

e-mail: v.budzyak@knu.edu.

Data about the authors

Tetyana Melnyk,

Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head at the Department of International Management State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-3839-6018

e-mail: t.melnyk@knu.edu.ua

Vasyl Budziak,

Doctor of Science (Economics), Professor, Professor at the Department of Management State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

ORCID: 0000-0002-3744-9691

e-mail: v.budzyak@knu.edu.ua



З ПОВАГОЮ ДО СПРАВЖНЬОГО НАУКОВЦЯ ТА МОГО УЧИТЕЛЯ

Пам'яті Василя Пили

20 жовтня 2023 року пішов з життя Василь Іванович Пила – доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки. Він був керівником моєї кандидатської дисертації у 1980-х роках та моїм учителем усе моє життя.

Василь Іванович закінчив Київський Лісогосподарський інститут Української сільськогосподарської академії (нині – Національний університет біоресурсів та природокористування України), підготував і захистив кандидатську дисертацію на тему «Ефективність розвитку та розміщення лісової промисловості Південно–Західного економічного району» (1970).

На момент мого приходу до Науково–дослідного економічного інституту з бажанням/наміром написати дисертацію з проблем комплексного використання сировини наприкінці 1970-х років, він мав надзвичайно цінний досвід практичної роботи у галузі лісового господарства і промислових комплексів. Василь Іванович працював інженером, старшим інженером, начальником виробничо–технічного відділу та головним інженером крупного лісозаготівельного підприємства, старшим інженером контрольно–бракеражного відділу та відділу виробів деревообробки Укрголовлісозбуту Українського раднаргоспу, старшим економістом групи будівельних матері-

алів та деревообробної промисловості Планової комісії Південно–Західного економічного району Української РСР, начальником сектору Всесоюзного науково–дослідного інституту електропобутових машин і приладів [1].

Василь Іванович Пила професійно займався прикладними науковими дослідженнями, у 1987 році захистив докторську дисертацію «Програмно–цільове планування міжгалузевих промислового комплексу», на той момент мав майже півсотні наукових публікацій з проблем розвитку лісової та деревообробної промисловості, міжгалузевих комплексів, розміщення продуктивних сил та програмного управління економікою, у т.ч. 8 монографій та 2 комплекти методичних рекомендацій з формування планів комплексного економічного і соціального розвитку міст, адміністративних районів та областей [2, с.381–383]. В якості вченого секретаря інституту організовував наукові дослідження провідної наукової установи країни – НДЕІ, здійснював безпосереднє керівництво науковими творчими колективами [3].

Знайомство і робота з ним були визначальною подією та великою цінністю мого життя, він став для мене прикладом глибокого і сумлінного відношення до роботи й великої людяності.

Василь Іванович Пила – людина яка зробила себе сама. Усе, що він здобув у житті – науковий ступінь, вчене звання, нагороди, ім'я у науковому світі, кар'єру, повагу колег, – усе це результат його постійної роботи над собою. Він весь час навчався, цікавився новим, – подіями у світі та науковими ідеями, читав багато професійної літератури, опановував нові методики і підходи й тяжів до міждисциплінарності, у якій вбачав великий потенціал. Добре «дружив» зі статистикою, вмів коректно збирати й упорядковувати первинні дані [4, с.206–208], вдало застосовував у дослідженнях математичні методи.

За які б наукові проблеми не брався Василь Іванович, він опановував їх системно та глибоко: спершу у теоретичному плані, а потім брався за їх практичне втілення у життя. Це стосується питань управління розвитком галузевих комплексів, регіонального управління, розробки програми економічного і соціального розвитку [5–7]. Він зробив неоціненний внесок у розроблення теорії та практики особливих територіально-господарських утворень – спеціальних (вільних) економічних зон і територій пріоритетного розвитку [8–13], транскордонного співробітництва [14]. Цікавився проблемами стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності та готував пропозиції щодо формування системи інформаційно-аналітичного забезпечення реалізації державної інноваційної політики відповідно до міжнародних стандартів [15–17].

До останніх днів свого життя він зберігав ясність мислення та цікавість, з приходом пандемії COVID-19 у майже 90-річному віці опанував методи онлайн-комунікації, продовжував викладацьку і наукову роботу, писав статті [18].

Для мене він був і залишається учителем, людиною широкої душі й глибоких знань, яка завжди готова була підтримати, вислухати, зрозуміти, надати допомогу, поділитись своєю життєвою мудрістю і знаннями.

Нам вас не вистачає, Василю Івановичу!
Спочивайте з миром.

Валерій Борисович ЗАХОЖАЙ

доктор економічних наук, професор, професор кафедри статистики, ІТ та математичних методів в економіці Національної академії статистики, обліку та аудиту (Київ)

Список посилань

1. Чмир О.С. Науковець, практик і мудрий вчитель: пам'яті Василя Івановича Пили // Економіка України. 2024. № 3. С. 104–108. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2024_3_9
2. Василь Іванович Пила // Університетські наукові записки. 2017. № 1. С. 375–392. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2017_1_38
3. Науково-дослідному економічному інституту – 50 років / авт.-уклад. Чмир О.С. Київ: Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. 2012. 135 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/ukr0000026423>
4. Чмир О.С. Доступність даних досліджень – 'must-have' сучасної науки // Університетські наукові записки. 2022. № 1–2 (85–86). С. 206–217. URL: <https://unz.univer.km.ua/issue/view/85-86>
5. Методичні рекомендації по розробці основних показників програми соціально-економічного розвитку регіону / Пила В.І. та ін. К.: Мінекономіки України, НДЕІ Мінекономіки України. 1997. 160 с.
6. Методичні рекомендації з розробки програм соціально-економічного і культурного розвитку міста та адміністративного району / Пила В.І., Чмир О.С. та ін. К.: НДЕІ Мінекономіки України. 1999. 80 с.
7. Пила В.І. Основні проблеми та завдання розвитку регіонів України // Вісник Української Академії державної управління при Президентові України. 2001. № 2. С. 140–143.
8. Наукові основи створення та функціонування різних типів вільних економічних зон (ВЕЗ) : звіт про НДР (заключ.): 3–91.10.2 / Науково-дослідний економічний інститут. Київ, 1992. 106 с.
9. Дослідження можливостей окремих регіонів України у створенні ВЕЗ різних типів : звіт про НДР (заключ.): 10–93.10.9 / Науково-дослідний економічний інститут. Київ, 1993. 93 с. №ДР 0193U044246
10. Розробка методичних рекомендацій по складанню техніко-економічного обґрунтування доцільності створення спеціальних (вільних) економічних зон : звіт про НДР (заключ.): 10–93.10.14 / Науково-дослідний економічний інститут. Київ, 1994. 77 с. №ДР0194U016262
11. Пила В.І., Чмир О.С. Спеціальні (вільні) економічні зони: теорія та практика. К.: Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 1998. 328 с.
12. Пила В.І., Чмир О.С., Хілько В.М. Аналіз результатів функціонування вітчизняної системи СЕЗ і ТПП та перспективи її подальшого розвитку // Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 10. С. 173–185.

РЕЦЕНЗІЇ, КОМЕНТАРІ, ВІДГУКИ

13. Пила В.І. Щодо перспектив відновлення в Україні територій з особливим статусом діяльності // Університетські наукові записки. 2012. № 2 (42). С.167–179.

14. Сучасна регіональна політика і транскордонне співробітництво // Під наук. ред. В.І. Пили. Хмельницький: ХУУП. 2006. 412 с.

15. Наукове супроводження державної цільової програми розвитку системи інформаційно-аналітичного забезпечення реалізації державної інноваційної політики та моніторингу стану інноваційного розвитку економіки : звіт про НДР (заключ.): 19–09 / Науково-дослідний економічний інститут. Київ, 2009. 235 с. №ДР 0109U004538

16. Гармонізація показників аналітично-статистичного спостереження стану інноваційного розвит-

ку економіки із стандартами Організації економічного співробітництва і розвитку : звіт про НДР (заключ.): 06–09д / Науково-дослідний економічний інститут. Київ, 2009. 166 с. №ДР 0109U007925

17. Розроблення організаційно-економічного механізму адаптації вітчизняної системи аналітично-статистичного спостереження стану інноваційного розвитку економіки України до світових стандартів : звіт про НДР (заключ.): 01–10д / Науково-дослідний економічний інститут. Київ, 2010. 157 с. №ДР 0110U007184

18. Пила Василь Іванович / Науковці України. Пошуковий профіль науковця на порталі НБУВ. ID: 1460011. URL: <https://irbis-nbuv.gov.ua/ASUA/1460011>

ЗМІСТ

Макроекономічні аспекти сучасної економіки

КОЛОДІЙЧУК А. В. Проблеми кластеризації макроекономічних ризиків впровадження ІКТ.....	5
ПАЦАН М. В. Токенізовані реальні та фінансові активи у сучасному грошовому обігу.....	10
СМІРНОВ А. С. «Зелений» перехід України: умови та рамки фінансування з бюджету Європейського Союзу.....	14

Інноваційно-інвестиційна політика

ШАЦЬКА З. Я., КОЗЛОВЕЦЬ М. М. Сучасний стан та перспективи розвитку іноземних інвестицій в Україні під час війни.....	24
ІРНАЗАРОВ Д. Т. Штучний інтелект як домінанта формування та розвитку економічного потенціалу бізнес-структур в умовах турбулентності	29
СИНИЦЯ С. В. Діджиталізація як платформа інноваційного розвитку ІТ-підприємств в умовах глобалізаційних трансформацій	37

Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності

КОНОНЕНКО Г. І. Особливості стратегічного торгового маркетингу в Україні в умовах воєнного стану.....	45
МАРЧЕНКО В. М., ГОРБАТЮК А. Г. Методичні підходи щодо оцінювання ефективності управління маркетинговою діяльністю підприємства.....	51
ШАБРАНЬСЬКА Н. І. Визначення перспективних технологічних трендів за напрямом «спеціальні засоби» (засоби протиповітряної оборони, радіолокації, радіоелектронної боротьби та радіозв'язку) на основі наукометричного та патентного аналізу	59
ХОДЖАЯН А. Р. Державна підтримка розвитку малого підприємництва в Україні	67
БЕРЕГОВЕНКО Д. В., ПАЦУК Л. В. Особливості позиціонування біопалива українських виробників в умовах реструктуризації міжнародного паливного ринку.....	74
КОЛОМОЄЦЬ А. О. Формування мовленнєвої компетентності в контексті публічного характеру управління спеціальним закладом освіти.....	82
ПУЗИРЬОВА П. В., ТАРАСЕНКО О. С. Методологічні основи формування стратегії економічного розвитку закладів вищої освіти в контексті глобалізації	88

Соціально-трудова проблеми

БАТАЖОК С. Г. Бюджетні інструменти фінансування як основа місцевого економічного розвитку.....	99
МЕЛЬНИК Т. М., БУДЗЯК В. М. Незаконний експорт сільськогосподарської продукції з України.....	108
ЗАХОЖАЙ В. Б. З повагою до справжнього науковця та мого учителя (Пам'яті Василя Пили)	115

CONTENT

Macro-economic aspects of modern economy

KOLODIYCHUK A. V. Problems of the clustering of macroeconomic risks of ICT implementation.....	5
PATSAN M. V. Tokenized real and financial assets in modern money circulation.....	10
SMIRNOV A. S. "Green" Transition of Ukraine: Conditions and Funding Frameworks from the European Union Budget.....	14

Innovation and investment policy

SHATSKA Z. Ya., KOZLOVETS M. M. Current state and development prospects of foreign investments in Ukraine during the war	24
IRNAZAROV D. T. Artificial intelligence as a dominant driver of the formation and development of the economic potential of business structures in turbulence.....	29
SYNYTSIA S. V. Digitalisation as a platform for innovative development of it enterprises in the context of globalisation transformations.....	37

Economic problems of development of branches and types of economic activity

KONONENKO A. I. Features of strategic trade marketing in Ukraine under martial law.....	45
MARCHENKO V. M., HORBATYUK A. G. Methodical approaches to evaluating the effectiveness of management of marketing activities of the enterprise	51
SHABRANSKA N. I. Determination of prospective technological trends in the field of "special equip-ment" (measuring air defense, radio location, radio electronic warfare and radio commu-nication) on the basis of scientific and patent analysis	59
KHODZHAIAN A. R. State regulation of small business development in Ukraine.....	67
BEREHOVENKO D. V., PASHCHUK L. V. Ukrainian biofuels positioning in the context of international fuel market restructuring	74
KOLOMOETS A. O. The formation of speech competence in the context of the public nature of the management of a special educational institution.....	82
PUZYROVA P. V., TARASENKO O. S. Methodological foundations of forming a strategy for the economic development of higher education institutions in the context of globalization.....	88

Social-labor problems

BATAZHOK S. G. Budget financing tools as the basis of local economic development.....	99
MELNYK T. M., BUDZIAK V. M. Illegal export of agricultural products from Ukraine	108
ZAHOZHAY V. B. With respect to a real scientist and my teacher (In memory of Vasyl Pyla).....	115

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://ndiime.org.ua>

Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки

ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Збірник наукових праць

№7–8 (278–279) 2024 р.

Періодичність – щомісячник

Головний редактор Студінська Г.Я.
Комп'ютерна верстка та дизайн Сердюк В.Л.

Підписано до друку 28.08.2024 р.
Формат 60x84 1/8. Папір офсетний
Ум. друк. аркушів 14,30
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. 7-8 (278-279) 2024

Frequency - monthly

Editor-in-Chief G. Studinska
Computer design and design V.Serdyuk

Signed for printing on 28.08.2024.
Format 60*84. 1/8. Paper offset
Conditional Printed Sheets 14,30.
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