

ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Збірник наукових праць

№ 186, 2023



Видавничий дім
«Гельветика»
2023

Головний редактор:

Орловська Ю.В., д.е.н., завідувач кафедри міжнародної економіки та публічного управління і адміністрування ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Члени редакційної колегії:

Андрусів У.Я., к.е.н., доцент кафедри, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу.
Бірюченко С.Ю., к.е.н., доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Божанова В.Ю., д.е.н., професор кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Булатова О.В., д.е.н., професор, перший проректор Маріупольського державного університету.
Губа М.І., к.е.н., доцент кафедри, Херсонський національний технічний університет.
Довгаль О.А., д.е.н., професор кафедри, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.
Свтушенко Н.О., д.е.н., професор кафедри, Державний університет телекомунікацій (м. Київ).
Зварич І.Я., д.е.н., завідувач кафедри, Західноукраїнський національний університет.
Касян С.Я., к.е.н., завідувач кафедри, НТУ «Дніпровська політехніка».
Кахович О.О., к.держ.упр., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Каховська О.В., д.е.н., професор кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Машенко С.О., к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Морозова С.А., к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Нямещук Г.В., д.е.н., професор кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Пархоменко-Кутевіл О.І., д.держ.упр., завідувач кафедри, Університет Григорія Сковороди в Переяславі.
Пирог О.В., д.е.н., завідувач кафедри, Національний університет «Львівська політехніка».
Поповиченко І.В., д.е.н., завідувач кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Свірко С.В., д.е.н., професор кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Супрунова І.В., к.е.н., доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Ткачук Г.Ю., к.е.н., доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Тростенюк Т.М., доктор філософії, доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Фісуненко П.А., д.е.н., професор кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Чала В.С., к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Черчата А.О., к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Чириченко Ю.В., д.е.н., професор кафедри, Університет митної справи та фінансів.
Юшкевич О.О., д.е.н., доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Dariusz Pawliszczy, Doctor of Economics, Dr h. c. mult. Mayor of Gromadka, Professor, University of the Third Age in Gromadka (Poland).
Maija Šenfelde, PhD in Economics, Professor of Macroeconomics, Director of the Institute of National and Regional Economy at Riga Technical University (Latvia).
Marcin Kęsy, PhD in Economics, University of Economy in Bydgoszcz (Poland).

Друкується відповідно рішення Вченої ради
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури
(Протокол № 1 від 29.08.2023 р.)

Свідоцтво про Державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 12699-1583 Р,
видане Міністерством юстиції України 17.05.2007 р.

Науковий збірник «Економічний простір» включено до переліку наукових фахових видань України
в галузі економічних наук (категорія «Б») на підставі Наказу МОН України
від 2 липня 2020 року № 886 (додаток 4)

Галузь науки: економічні.
Спеціальності: 051 – Економіка; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність;
281 – Публічне управління та адміністрування; 292 – Міжнародні економічні відносини.

Збірник включений до міжнародних наукометричних баз даних
Index Copernicus та Google Scholar

Е 45 Економічний простір: Збірник наукових праць. – № 186. – Дніпро: ПДАБА, 2023. – 136 с.

У збірнику розглядаються сучасні проблеми просторових економічних систем, сталого екологозбережувачого розвитку економіки, інноваційних процесів макро і мікрорівня, кластерних форм організації бізнесу, ресурсозбереження, фінансових та інвестиційних аспектів економічного зростання, ефективності регуляційних дій органів державного управління та місцевого самоврядування. Особливої уваги в збірнику набувають питання підвищення якості освітнянських функцій вищих навчальних закладів, ролі освіти в постіндустріальному суспільстві. Рекомендовано для студентів, аспірантів, науковців, викладачів, представників органів державного управління та місцевого самоврядування.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою
програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Іващук І.О., Заставний А.Р. ЦИВІЛІЗАЦІЙНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТА ІСТОРИЧНІ ВИКЛИКИ СТАБІЛЬНОСТІ НА БЛИЗЬКОМУ СХОДІ.....	7
Myronchenko Dmytro, Sydorenko Kateryna ROLE OF THE IT-SECTOR OF UKRAINE IN THE GLOBAL CYBER SECURITY SYSTEM.....	13

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Чикало І.В. АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНИМ МАЙНОМ	18
---	----

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Божидай І.І., Устіловська А.С. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА БУДІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	23
Гросул В.А., Шинкаренко І.А. УПРАВЛІННЯ ОНЛАЙН-ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧА ЯК ОБ'ЄКТИВНА УМОВА АДАПТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	28
Дядик Т.В., Даниленко В.І., Решетнікова О.В. УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ.....	35
Кишакевич Б.Ю., Демедюк Б.Т., Волинський О.Ю. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ.....	40
Кобеля-Звір М.Я. ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА: МОЖЛИВОСТІ, ПЕРСПЕКТИВИ, ПЕРЕПОНИ.....	44
Ковальський А.О. ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ: ПРОЦЕСИ ТА ЕЛЕМЕНТИ У СВІТЛІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ.....	49
Kulinich Tetiana, Biletska Natalia, Halachenko Oleksandr SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP: ANALYSIS OF TRENDS IN DIGITAL ACCOUNTING, MANAGEMENT, AND MARKETING IN REGIONAL AND GLOBAL DIMENSIONS.....	54
Матусяк С.В., Бродовська О.Г., Зварич І.Я. ЕЛЕКТРОМОБІЛІЗАЦІЯ В ЗАХІДНІЙ ЄВРОПІ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ЗАЛЕЖНО ВІД ПОЛІТИКИ СТИМУЛЮВАННЯ РІЗНИХ КРАЇН.....	62
Мікуліна М.О., Богінська Л.О., Поливаний А.Д. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ТОЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА.....	70

Нагара М.Б. МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ РІВНЯ ЦИРКУЛЯРНІСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	75
Ситник Н.І., Пермінова С.А., Чупріна М.О. РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОСИСТЕМИ СТАРТАПІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ.....	81
Тарасова К.І., Сало Я.В., Новак Г.В. ПАРТИЗАНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА.....	88

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Бабух І.Б., Фень К.С. ВИОКРЕМЛЕННЯ РИЗИКІВ У МАРКЕТИНГОВОМУ АНАЛІЗІ ПІДПРИЄМСТВА.....	93
Барбінова А.В. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІНКЛЮЗІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ.....	97
Pryimak Vasyl, Holovnov Vitalii, Pylypovych Sofia IMPACT OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION ON THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE REGIONS OF UKRAINE.....	101

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Іванков В.М. МОДЕЛЮВАННЯ СУДОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ЕКСПЕРТНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	107
Savchenko Vira, Kononenko Lesia, Gai Oleksandr TAXATION OF AGRICULTURAL PRODUCERS: STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS.....	114

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Бліщук К.М. РЕАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИКИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ.....	119
Михальченко О.А. ДЕРЖАВНА АВІАЦІЙНА СЛУЖБА УКРАЇНИ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРА, РОЛЬ ТА ТРАЄКТОРІЯ РОЗВИТКУ.....	124
Супрунова І.В., Прокопчук М.Л. ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ.....	131

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Ivashchuk Iryna, Zastavnyy Andriy CIVILIZATION DETERMINANTS AND HISTORICAL CHALLENGES OF STABILITY IN THE MIDDLE EAST.....	7
Myronchenko Dmytro, Sydorenko Kateryna ROLE OF THE IT-SECTOR OF UKRAINE IN THE GLOBAL CYBER SECURITY SYSTEM.....	13

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Chykalo Inna ANALYTICAL SUPPORT OF COMMUNAL PROPERTY MANAGEMENT.....	18
--	----

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Bozhydai Iryna, Ustilovska Anastasiia IMPROVEMENT OF THE STRATEGIC PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM AT A CONSTRUCTION ENTERPRISE.....	23
Hrosul Viktoriia, Shinkarenko Ivan MANAGEMENT OF ONLINE CONSUMER LOYALTY AS AN OBJECTIVE CONDITION FOR ADAPTIVE DEVELOPMENT OF A TRADE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION.....	28
Diadyk Tetiana, Danylenko Viktoria, Reshetnikova Olha CONSUMER BEHAVIOR MANAGEMENT ON THE BASIS OF MARKETING PRICING.....	35
Kyshakevych Bohdan, Demediuk Bohdan, Volynskiy Oleksandr COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE: ECONOMIC ESSENCE AND EVOLUTION OF VIEWS.....	40
Kobelya-Zvir Maryana GRANT PROGRAMS OF TRANSBORDER COOPERATION: OPPORTUNITIES, PROSPECTS, OBSTACLES.....	44
Kovalskiy Andrii INSTITUTIONALIZATION: PROCESSES AND ELEMENTS IN THE LIGHT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	49
Kulinich Tetiana, Biletska Natalia, Halachenko Oleksandr SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP: ANALYSIS OF TRENDS IN DIGITAL ACCOUNTING, MANAGEMENT, AND MARKETING IN REGIONAL AND GLOBAL DIMENSIONS.....	54
Matusiak Serhii, Brodovska Oksana, Zvarych Iryna ELECTROBILIZATION IN WESTERN EUROPE: CAUSES AND CONSEQUENCES DEPENDING ON THE INCENTIVE POLICIES OF DIFERENT COUNTRIES.....	62
Mikulina Marina, Boginska Ludmila, Polyvanyi Anton ASSESSMENT OF THE ECONOMIC EFFICIENCY OF THE IMPLEMENTATION OF THE PRECISION AGRICULTURE SYSTEM.....	70

Nahara Maryna METHODICAL PECULIARITIES OF ASSESSING THE LEVEL OF ENTERPRISE CIRCULARITY.....	75
Sytnik Natalia, Perminova Svitlana, Chuprina Margarita DEVELOPMENT OF THE NATIONAL STARTUP ECOSYSTEM UNDER CONDITIONS OF TODAY'S GLOBAL CHALLENGES.....	81
Tarasova Krystyna, Salo Yana, Novak Hanna GUERRILLA MARKETING AS AN EFFECTIVE WAY OF BUSINESS PROMOTION.....	88

DEVELOPMENT OF PRODUCTIVE POTENTIAL AND REGIONAL ECONOMY

Babukh Iлона, Fen Kateryna IDENTIFICATION OF RISKS IN THE MARKETING ANALYSIS OF AN ENTERPRISE.....	93
Barbinova Alla ORGANIZATIONAL PRINCIPLES OF IMPLEMENTATION OF SOCIAL INCLUSION IN THE LABOR MARKET OF UKRAINE.....	97
Pryimak Vasyl, Holovnov Vitalii, Pylypovych Sofia IMPACT OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION ON THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE REGIONS OF UKRAINE.....	101

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Ivankov Volodymyr MODELLING A FORENSIC ECONOMIC EXPERTISE.....	107
Savchenko Vira, Kononenko Lesia, Gai Oleksandr TAXATION OF AGRICULTURAL PRODUCERS: STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS.....	114

PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION

Blishchuk Kateryna IMPLEMENTATION OF THE SOCIAL PROTECTION POLICY AT THE REGIONAL LEVEL.....	119
Mykhalchenko Oleksii STATE AVIATION SERVICE OF UKRAINE: INSTITUTIONAL STRUCTURE, ROLE AND DEVELOPMENT TRAJECTORY.....	124
Suprunova Iryna, Prokopchuk Mykhailo THE RELATIONSHIP OF THE SHADOW ECONOMY AND THE WELFARE OF THE POPULATION OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF ENSURING NATIONAL SECURITY.....	131

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.92:327

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-1>**Іващук І.О.**

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри міжнародної економіки,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4906-799X>

Заставний А.Р.

аспірант кафедри міжнародної економіки,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2828-3332>

Ivashchuk Iryna, Zastavnyy Andriy
Western Ukrainian National University

ЦИВІЛІЗАЦІЙНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ТА ІСТОРИЧНІ ВИКЛИКИ СТАБІЛЬНОСТІ НА БЛИЗЬКОМУ СХОДІ

У статті розглянуто цивілізаційні детермінанти формування нової конфігурації сил на Близькому Сході та досліджено історичні виклики, які формували його стабільність, враховуючи ключові історичні події, культурні чинники та регіональну динаміку сучасних тенденцій розвитку регіону. Обґрунтовано стратегічне розташування Близького та інтерес країн світу до нього, що зумовлено багатими природними ресурсами та релігійними традиціями, які сформували вектори сучасного розвитку. Аргументовано, що незважаючи на свою багату спадщину та величезний потенціал, Близький Схід також став свідком постійних викликів його стабільності, що призводило до конфліктів, політичних потрясінь і соціально-економічної нерівності. Встановлено основні виклики, які впливають на геополітичний ландшафт Близького Сходу. Виходячи з поставленої мети, в процесі дослідження історичних, інституційних і концептуальних основ формування, становлення та розвитку Близького Сходу було застосовано цивілізаційний підхід, оскільки цей регіон має низку загальних цивілізаційних особливостей, діалектичний та абстрактно-логічний методи, методи аналізу, синтезу та узагальнення. Розглянуто історичну ретроспективу розвитку Близького Сходу. Досліджено історичні перешкоди, які сформували нестабільність близькосхідної цивілізації через значимі історичні події, релігійні переконання, геополітичні інтереси та регіональну динаміку сучасних тенденцій у цьому регіоні. Встановлено історичні проблеми, з яким Близький Схід стикається з при забезпеченні в регіоні стабільності, і які призводять до загострення конфліктів, протестів, соціально-економічної нерівності. Подальші перспективи досліджень мають спрямовуватись на поглиблення соціальних та економічних проблем, які виникають в регіоні Близького Сходу під впливом цивілізаційних детермінантів.

Ключові слова: Близький Схід, геополітичні інтереси, цивілізаційні детермінанти, стратегічні ресурси, стабільність, Османська імперія, економічна привабливість, територіальні суперечності та конфлікти.

CIVILIZATION DETERMINANTS AND HISTORICAL CHALLENGES OF STABILITY IN THE MIDDLE EAST

The article examines the civilizational determinants of the formation of a new configuration of forces in the Middle East and examines the historical challenges that shaped its stability, taking into account key historical events, cultural factors, and regional dynamics of modern development trends in the region. The strategic location of the Middle East and the interest of the countries of the world in it, which is determined by the rich natural resources and religious traditions that formed the vectors of modern development, are substantiated. It is argued that despite its rich heritage and enormous potential, the Middle East has also witnessed constant challenges to its stability, leading to conflict, political upheaval and socio-economic inequality. The main challenges affecting the geopolitical landscape of the Middle East have been identified. Based on the set goal, in the process of researching the historical, institutional and conceptual foundations of the formation, formation and development of the Middle East, a civilizational approach was applied, since this region has a number of common civilizational features, dialectical and abstract-logical methods, methods of analysis, synthesis and generalization. The historical retrospective of the development of the Middle East is considered. The historical obstacles that shaped the instability of the Middle Eastern civilization due to significant historical events, religious beliefs, geopolitical interests and regional dynamics of modern trends in this region are studied. The historical problems that the Middle East faces in ensuring stability in the region, and which lead to aggravation of conflicts, protests, and socio-economic inequality, are established. Further perspectives of research should be aimed at deepening the social and economic problems that arise in the Middle East region under the influence of civilizational determinants.

Keywords: Middle East, geopolitical interests, civilizational determinants, strategic resources, stability, Ottoman Empire, economic attractiveness, territorial contradictions and conflicts.

JEL classification: F01, F02, N45, Z18

Постановка проблеми. Об'єктивно країни Близького Сходу на сьогодні залишаються центром геополітичних інтересів. Ця тенденція формувалася століттями, адже цьому сприяло географічне розташування країн та їхня економічна привабливість. Близький Схід по праву історично можна вважати територією, через яку проходив стратегічний шлях між Європою та Азією.

Володіючи стратегічними ресурсами, територія цього регіону перетворюється на поле конкурентного змагання між провідними світовими гравцями, маніпулюючи підтримкою країн регіону задля реалізації власних інтересів. Домінування в регіону впродовж десятиліть не має стабільності, адже з часів першої світової війни (коли за домінування змагалися Франція та Великобританія) суперництво в регіоні поступово або загострюється (слід згадати суперництво між Радянським Союзом та США), або спадає, формуючи майданчик для багатьох постійних конфліктів і посилення викликів, появи нових акторів (такими стали Туреччина та Китай). Вакууму в прихильності в цьому регіоні не існує, бо його ресурсний потенціал завжди викликає геостратегічний інтерес інших країн.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У вітчизняній науковій літературі дослідження питань безпеки, економічного розвитку та забезпечення безпеки носять фрагментарний характер, коли окреслюється одна із проблематики, характерних для даного регіону. Варто відзначити наукові праці Дівака В., Захарченко О., Костюка О., Николаєвої Д., Олійника О., Поліванової О., Сегеди О., Сиротюка О., Шведа В. та ін. У іноземній науковій літературі ці питання знайшли більш широке висвітлення. Разом з тим, попри вагомий напруження, питання історичних викликів та цивілізаційних детермінант, які мають вплив на геополітичний ландшафт та економічну стабільність в регіоні, потребують подальших розробок.

Мета статті полягає у визначенні впливу цивілізаційних детермінант на формування стабільності на Близькому Сході із врахуванням історичних викликів та процесів державотворення.

Методологія дослідження. Методологічну та теоретичну базу дослідження становлять праці вітчизняних та зарубіжних вчених з питань утворення сучасних держав Близького Сходу. Дослідження здійснене із використанням загальнонаукових та спеціальних методів пізнання: діалектичного методу, абстрактно-логічного методу для формулювання висновків, системного узагальнення, методи аналізу та синтезу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Траєкторія розвитку Близького Сходу багато в чому визначається впливом цивілізаційних детермінант, бо історичні фактори та традиції суттєво вплинули на цей регіон. До цивілізаційних детермінант, які впливають на формування держав Близького Сходу та регіону загалом відносимо ті домінуючі фактори у збереженні цінностей, впровадженні норм та практик, системи управління та економічних систем, які визначають цивілізаційну ідентичність регіону та формувалися у колективній свідомості й мають історичну спадщину. Основними цивілізаційними детермінантами є: географічні характеристики та забезпеченість ресурсами, історична спадщина (включаючи традиції, досвід, виникнення конфліктів), культурні цінності та норми,

релігійні переконання, політичні системи, економічні системи, соціальні інститути. Варто зазначити, що конфлікти та війни стали невід'ємним елементом історії Близького Сходу, бо бажання колонізувати країни, отримати доступ до їхніх ресурсів та утримувати контроль, регіональний перерозподіл сил та впливу між державами не припиняється і до цього часу, незважаючи на проголошення демократичних принципів та низки демократичних реформ. Серед історичних чинників виникнення такої ситуації слід виокремити падіння Османської імперії, що мало наслідком формування нової політичної карти світу. Історичне становлення Османської імперії також було пов'язане із розширенням територій через загарбницькі війни та захоплення територій, встановлення контролю над територіями, через які проходили торговельні шляхи, формування потужного військового апарату для утримання порядку на територіях. Тому у більшості дослідники сходяться на думці, яку і ми підтримуємо, що територія Близького Сходу така строката як в релігійному, національному, культурному вимірах, що для протидії конфліктам та війнам потрібна спільна об'єднана ідея, навколо якої б гуртувалися. Османська імперія була таким прикладом, на цьому акцентує Біркан Ертой, дослідник Університету Анкари, бо «за часів Османської імперії в регіоні була стабільність аж до її занепаду. Після створення національних держав у регіоні стабільність тривала деякий час, поки міжнародні сили не пішли. У цьому сенсі для стабільності потрібна сила, здатна об'єднати держави регіону інклюзивним способом, як це раніше вдавалося Османській імперії» [1]. Разом з тим, дослідник вказує на штучність нестабільності в регіоні, зазначаючи, що «після занепаду Османської імперії жодна з держав, які відокремилися від імперії, не пережила мирного періоду чи стабільності в межах своїх кордонів чи навіть на Близькому Сході загалом» [1].

Іноземні дослідники, аналізуючи історію становлення та розвитку країн Близького Сходу, справедливо вказують на роль ісламу в розвитку регіону, адже населення прийняло «послідовні халіфати та династії, які розробляли узгоджену ідеологічну еволюцію регіону, незважаючи на те, що вони належали до різноманітної групи, етнічності чи релігійної орієнтації (суніти, шіїти). Остання корінна ісламська імперія в регіоні, Османська імперія, досягла свого апогею між 1453 і 1683 роками» [2, с. 4]. Разом з тим, Османська імперія, маючи контроль над стратегічними морськими шляхами, контролювала більшу частину Середземного моря, розширила свою присутність у Північній Африці. Через низку внутрішніх та зовнішніх факторів Османська імперія як найбільш тривала імперія ослабла і її розпад був неминучим після закінчення першої світової війни, відповідно, це призвело до перегляду кордонів і мало наслідок для країн Близького Сходу. 10 серпня 1920 р. між союзниками та Османською імперією був підписаний Севрський договір. Ця мирна угода спричинила перерозподіл територій імперії між союзними державами. Як зазначають українські вчені, цей договір мав набути чинності після ратифікації Великими національними зборами Туреччини, що й було визначено у самому договорі, тому «оскільки на Севрський договір поширювався закон TGNA від 7 червня 1920 року, і він не був схвалений TGNA, він

ніколи не набув чинності. Союзники не застосували необхідного політичного та економічного тиску на Туреччину, щоб забезпечити його виконання» [3]. Тому зрозуміло, що Договір 1920 р. не вирішив територіальних суперечок, тим більше суттєво погіршилися відносини між Англією, яка лобювала вирішення грецького питання та надання максимальної, в тому числі й військової, підтримки, та Францією. Таким чином, наступним став Лозанський договір, який був укладений у 1923 р. та визначив територіальні кордони Туреччини, підтвердив належність Греції, Іраку, Сирії та Лівану.

Втручання Європи у розпад Османської імперії був закономірним процесом, бо протягом багатьох років європейці вважали її «Хворою людиною Європи» («Sick man of Europe») [5]. Зрозуміло, що така позиція є відверто зневажливою та європоцентричною. Разом з тим, на думку науковців, цей вислів «зберігає панівну точку зору Західної Європи щодо Імперії. Фактично, це навіть відображає точку зору деяких в Імперії. Завоювання Єгипту Наполеоном у 1798 році викликало у османської еліти відчуття, що між Імперією та європейськими державами зростає прірва. Це відчуття вже можна було відчутти в кількох сферах, починаючи з економіки та військової сфери, через державне управління та закінчуючи державним управлінням» [6].

Зарубіжні дослідники справедливо звертають увагу на формування британських та французьких протекторатів з територій, які належали раніше Османській імперії, внаслідок чого довільне формування кордонів стало причиною постійно діючих конфліктів в регіоні [7]. Зберігаючи свою присутність в регіоні, кожна з країн обрала власну політику. Як зазначає Яссамін Матер, дослідниця, яка працює в рамках Центру

Близького Сходу Оксфордського університету, «ставлення Франції та Англії до своїх протекторатів також було різним. Франція розглядала свою роль у захисті християн у регіоні, а також у поширенні французької культури. Розширення франко-мусульманських середніх шкіл було частиною мети поширення французької культури» [7]. На усіх своїх територіях Франції дотримувалася такої політики, в тому числі й в Африці. Натомість, «Великобританія не бачила необхідності брати на себе будь-яку культурну роль і, всупереч деяким історичним твердженням щодо британської підтримки сіоністської імміграції як продовження західної цивілізації, здається малоімовірним, що британське ставлення до єврейських поселень у Палестині мало якесь відношення зі спробами поширення західної культури» [7].

Зважаючи на цивілізаційні передумови формування сучасного Близького Сходу, варто зазначити, що на цій території проживають різні етнічні та релігійні групи, тому після розпаду Османської імперії кожен з них прагнув до самовизначення та здобуття незалежності. У підсумку, це призвело до утворення таких держав як Сирія, Ліван, Ірак, Йорданія, змінивши політичний ландшафт та викликавши болючі соціально-економічні потрясіння. Український дослідник В. Дівак називає цей процес свідомою дезінтеграцією існуючих суверенних держав «з метою створення маріонеткових державних утворень (квазідержав) насамперед для забезпечення геополітичних і геоекономічних інтересів держав – світових лідерів. У цьому контексті на початку ХХІ ст. такі регіони, як Близький і Середній Схід, Африка, є найбільш проблемними з точки зору міжнародної безпеки, оскільки переважна більшість країн, які виникли в процесі розпаду коло-

Таблиця 1

Хронологія утворення Туреччини [4]

Період	Подія
Січень 1918 року	Чотирнадцять пунктів Вільсона
Жовтень 1918 року	Мудреське перемир'я
Листопад 1918 року	Британська окупація Стамбула
Травень 1919 року	Грецькі війська висадилися в Малій Азії / Мустафа Кемаль вирушив до Самсуна
Червень 1919 року	Версальський договір
Січень 1920 року	Засновано Лігу Націй
Лютий 1920 року	Турецький національний пакт
Квітень 1920 року	Конференція в Сан-Ремо, заворушення Небі-Муса, створення Національних зборів в Анкарі
Серпень 1920 року	Севрський договір
Грудень 1920 року	Грецький плебісцит повернув короля Костянтина
Березень 1921 року	Каїрська конференція
Серпень 1921 року	Битва при Сакар'ї
Жовтень 1921 року	Анкарська угода
Лютий 1922 року	Незалежність Єгипту
Травень 1922 року	Генуезька конференція
Серпень 1922 року	Битва при Думлупинар
Жовтень 1922 року	Президентом обрано Муссоліні
Вересень 1922 року	Чанакська криза
Листопад 1922 року	Лозаннська конференція зібрана
Січень 1923 року	Окупація Руру, Конвенція про обмін населенням
Липень 1923 року	Лозаннський договір
Жовтень 1923 року	Туреччина проголошена Республікою
Березень 1924 року	Халіфат скасовано

ніальної системи, фактично є штучними державними утвореннями» [8].

Напруга між єврейським та арабським населенням зросла через отримання Великобританією мандату на Палестину після першої світової війни. Цей мандат означав право керувати новоствореними державами. Падіння Османської імперії дав поштовх до посилення сіоністського руху в регіоні та утворення у 1948 році Держави Ізраїль, хоча науковці відносять процес створення до 1897 р. у зв'язку з появою руху політичного сіонізму [9]. Сіоністський рух виник як відповідь на дискримінацію та переслідування, з якими стикалися єврейські громади в різних частинах світу, передусім, у Європі. «Термін походить від назви пагорба Сіон у м. Єрусалимі. Вважається, що топонім «Сіон» у багатьох релігійних виданнях використовували для означення власне Єрусалиму, передусім, коли підкреслювали значення міста як духовного центру юдаїзму. Сіонізм побутує одночасно у формі національного руху й ідеології, і спрямований на об'єднання єврейського народу та відродження держави на історичній батьківщині в Ерец-Ізраелі» [9].

Британський уряд у листопаді 1917 р. опублікував заяву із підтримкою створення в Палестині єврейського національного дому [10]. Ця заява увійшла в історію під назвою Декларація Бальфура від імені Міністра закордонних справ Великобританії лорда Артура Бальфура, який надіслав листа лідеру британської єврейської громади Лайнелу Волтеру Ротшильду. Цю декларацію сприймали як значну підтримку сіоністського руху. Серед причин прийняття такої декларації було те, що «Британією та союзними державами керував ідеалізм та їхні інтереси. У критичний момент першої світової війни британському уряду було необхідно заручитися підтримкою євреїв у всьому світі для справи союзників, і у той же час, він сподівався утримати США та Росію на своєму боці» [11], тим більше, що перед проголошенням заяви британський уряд заручився підтримкою американського уряду щоб побудувати міжнародну коаліцію для підтримки Єврейського національного дому. Після війни Ліга Націй ратифікувала декларацію і в 1922 році призначила Великобританію керувати Палестиною.

Проте зростаюча присутність євреїв у Палестині призвела до зростання напруженості з арабським населенням, бо, як зазначають дослідники становлення Держави Ізраїль, «хоча Декларація Бальфура містила застереження про те, що «не повинно бути зроблено нічого, що може зашкодити громадянським і релігійним правам існуючих неєврейських громад у Палестині», британський мандат був створений таким чином, щоб надати євреям інструменти для встановлення самостійності правління за рахунок палестинських арабів» [12]. Ця декларація мала суперечливі наслідки: європейська держава повністю проігнорувала інтереси неєвропейської держави та не врахувала інтереси корінного населення, тоді як єврейське населення становило лише 10%; ще під час війни британці пообіцяли арабам незалежність від Османської імперії, і, в той же час, пообіцяли Франції, що більша частина Палестини відповідно до Угоди Сайкса-Піко буде під міжнародною амністією; у Декларації був вжитий термін «народний дім», що не було тотожне поняттю «держава» і не мало тлумачення у міжнародному праві

[12]. Після закінчення Другої світової війни ООН у 1947 році запропонував план поділу Палестини.

14 травня 1948 року закінчився британський мандат і було проголошено створення держави Ізраїль. Одразу після оголошення сусідні арабські держави, включаючи Єгипет, Йорданію, Сирію, Ірак і Ліван, почали вторгнення, щоб запобігти створенню Ізраїлю. Війна тривала до 1949 року, завершившись перемогою Ізраїлю та підписанням угод про перемир'я. Створення Держави Ізраїль поклато початок загостренню конфлікту між країнами, який неодноразово призводив до арабо-ізраїльських війн. На думку українських науковців таке протистояння є конфлікт сучасного типу, адже «міжетнічні суперечності визначають динаміку конфліктних взаємовідносин» [13]. Кожна з сторін по різному трактує історію, адже конфлікт триває з 20-х років XIX ст., і має претензії на одну й ту ж саму територію.

О. Костюк вважає цей конфлікт довготривалим і перманентним протистоянням, що склалося на території Палестини, та причиною цього вважає «відсутність держави у палестинців, перешкоди на шляху її створення з боку євреїв, а також радикальні погляди ісламістів на неможливість існування в Палестині двох держав» [14], бо це питання вийшло за межі питання держав регіону, а й хотіли реалізувати «стратегічні інтереси потужні міжнародні гравці – США та СРСР» [14].

Таким чином, ця проблема є багатоаспектною, тому що причини виникнення конфлікту охоплюють: «історико-територіальні; політико-ідеологічні (зіткнення проголошеного сіоністським рухом наприкінці 19 ст. курсу на створення єврейської держави з радикальною позицією низки арабських лідерів); релігійні (існування спільних або близько розташованих святинь); економічні (блокада стратегічних торговельних шляхів); міжнародно-правові (невиконання сторонами рішень ООН та інших міжнародних організацій); міжнародно-політичні (зацікавленість різних світових центрів у каталізації конфлікту на різних його етапах)» [15].

До факторів, які загострюють ситуацію, відносять: територіальні суперечності на Західному березі річки Йордан і в секторі Газа; контроль Ізраїлю над цими територіями, що накладає обмеження на повсякденне життя палестинців; питання повернення палестинських біженців до своїх домівок; брак довіри та невдалі мирні ініціативи, які призвели до розчарування серед обох сторін; політичні розбіжності всередині керівництва Ізраїлю та Палестини та різні підходи до переговорів; статус міста Єрусалиму, яке є священним як для євреїв, так і для мусульман, та спірність контролю Ізраїлем над Східним Єрусалимом після його окупації у 1967 р.; питання безпеки та загроза терористичних актів. Цей перелік може бути доповнений, з огляду на багатогранність проблеми миру та стабільності на Близькому Сході.

Нова геополітична теорія була розроблена дослідником в сфері міжнародних відносин Абд аль-Фаттах Ель-Авайсі (на праці якого є дуже багато посилань у іноземній літературі), який стверджував, що Ісламський Єрусалим є серцем світу, «заснована на політиці сили на Близькому Сході» [16], і свою теорію він назвав «Кола Барака», бо цей божественний дар поширюється колами.

У працях дослідника із Університету соціальних наук Анкари Біркан Ертоя знаходимо пояснення цієї теорії, згідно з якою, хто контролює перше коло, той контролює наступне. Три кола розподілені наступним чином [1]:

- Перше коло: Ісламський Єрусалим;
- Друге коло: Єгипет, Сирія і Кіпр;
- Третє коло: Ірак, Туреччина, Хіджаз (регіон в Саудівській Аравії).

Серед усіх країн автор акцентує увагу на Туреччині, адже Єгипет є нестабільною країною через державний переворот. Сирія з 2011 року стала місцем боротьби за інтереси, Ірак попри відносну стабільність залишається джерелом небезпеки, тому стабільність внутрішньої політики Туреччини формувати стабільність в регіоні [1], тим більше, що зростає сила впливу Туреччини, в тому числі й у вирішенні арабо-ізраїльського конфлікту [17]. Зазначимо, що всі шанси у Туреччині є, тому поділяємо думку української дослідниці Близькосхідної політики Турецької Республіки Д. Ніколаєвої, що вона «намагається вийти на позиції провідного гравця міжнародної політики в регіоні Близького Сходу, демонструючи при цьому власну систему геополітичних інтересів (амбіції побудови «нової Османської імперії»). Вона претендує на роль посередника у вирішенні складних регіональних конфліктів» [18].

Країни Затоки також мають свої особливості розвитку, відмінності у прийнятті рішень та ролі у формуванні сучасного глобального порядку [19], проте більшість з цих країн це «аравійські монархії, Саудівська Аравія, Об'єднані Арабські Емірати, Бахрейн, Кувейт, Катар та Оман, які об'єдналися у 1981 р. в інтеграційну структуру – Раду співробітництва арабських держав Затоки (РСАДЗ), яка впродовж майже чотирьох десятиліть є найуспішнішою структурою на теренах арабського світу» [20], які зберегли завдяки цьому стабільність перед геостратегічними та безпековими викликами, які виникли у той період. Слід

також акцентувати увагу на особливостях ролі країн Затоки у залученні до системи міжнародних відносин та дотримання принципу мирного вирішення проблем, в тому числі й через побудову системи публічної дипломатії [21].

Геополітичний ландшафт Близького Сходу формувався і продовжує формуватися під впливом ідеологічних та ресурсних викликів, економічних та торговельних детермінант, конкуренції інших країн за території впливу.

Висновки. Таким чином, проведене дослідження є підтвердженням того, що стабільність на Близькому Сході має цивілізаційне підґрунтя, адже протистояння між державами носить історичний характер, і жодна з них не прагне поступитися іншій, створюючи основу для постійних конфліктів і викликів в регіоні. Розпад Османської імперії, яка формувалася роками, призвів до зміни політичного ландшафту на Близькому Сході, водночас, сприяв, підйому націоналістичних рухів в регіоні, бо кожна етнічна, релігійна група прагнули до самовизначення та незалежності. Наслідком стало створення низки держав, наприклад, Сирія, Ліван, Йорданія та ін. Разом з тим, як показала історія, після розпаду імперії, незважаючи на Севрський договір, за яким гарантувався захист прав релігійних та етнічних громад, збереження їхніх культурних та мовних свобод, деякі громади, такі як, наприклад, курди, зіткнулися з труднощами у своєму прагненні до самовизначення, а боротьба за їх права і визначення триває й досі. Тому для встановлення відносної стабільності в регіоні, яка також матиме і сприятливі соціально-економічні наслідки для держав, може стати визначення держави-лідера, центру сили, який буде гарантувати врегулювання конфліктів в регіоні та формуватиме баланс сил на противагу інтересам інших країн світу в цьому регіоні, які, у більшості, зосереджені навколо геополітичних міркувань енергетичної безпеки, економічних можливостей.

Список використаних джерел:

1. Ertoy Birkan. The situation in the "Middle East" after the decline of the Ottoman Empire: providing a theoretical solution for the instability. *Journal of Islamic Jerusalem Studies*. 2020. Vol. 20 (1). P. 19–32.
2. History of the Middle East a Research Project of Fairleigh Dickinson University. URL
3. Polivanova O., Abraamian A. The Treaty Of Sevres As The Legal Basis For The Western Armenia's Territorial Claims To Turkey. *Часопис Київського університету права*. 2019. № 2. С. 216–225.
4. The Treaty of Lausanne. URL: <https://thelausanneproject.com/history-lausanne-treaty/>
5. Candan Badem. The Ottoman Crimean War, 1853-1856. Brill, Boston, 2010. URL : https://www.academia.edu/517416/The_Ottoman_Crimean_War
6. Jorge Lasmar, Leonardo Rita. The End of the Ottoman Empire and the Evolution of the Middle East Security Complex. 18.02.2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/350665551_The_End_of_the_Ottoman_Empire_and_the_Evolution_of_the_Middle_East_Security_Complex
7. Yassamine Mather (2014) The Fall of the Ottoman Empire and Current Conflict in the Middle East. *Critique*. 2014. Vol. 42. № 3. P. 471–485. URL: https://www.researchgate.net/publication/270450361_The_Fall_of_the_Ottoman_Empire_and_Current_Conflict_in_the_Middle_East
8. Дівак В.В. Країни «великого Близького Сходу» та Північної Африки в контексті глобального переформатування регіону. *Держава і право*. 2012. Випуск 56. С. 576–597.
9. Сіонізм і 70-річчя проголошення держави Ізраїль: нотатки з історії за матеріалами ВФЮ ІР НБУВ. URL: <http://www.nbu.gov.ua/node/4154>
10. U.S. Recognition of the State of Israel. URL: <https://www.archives.gov/education/lessons/us-israel>
11. Gold Dore. The Historical Significance of the Balfour Declaration. *Jewish Political Studies Review*. 2017. Vol. 28, No. 1/2. P. 8–13. URL: <https://www.jstor.org/stable/44510469>
12. More than a century on: The Balfour Declaration explained. URL: <https://www.aljazeera.com/features/2018/11/2/more-than-a-century-on-the-balfour-declaration-explained>
13. Коппель О.А. Конфлікт шести десятиліть. *Віче*. 2009. № 4. С. 45–49.
14. Костюк О. Зовнішня політика України на Близькому Сході: арабо-ізраїльський конфлікт і проблема двосторонніх відносин України з Ізраїлем та Палестиною. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна*. 2011. Випуск 53. С. 13–21.

15. Троян С.С. Арабо-ізраїльський конфлікт. Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Арабо-ізраїльський_конфлікт
16. Koç Mehmet Akif. Interpretation of the rise of the Crown Prince Muhammad Bin Salman and Saudi Foreign Policy According to the Barakah Circle Theory. URL: <https://www.acarin cdex.com/pdf/acarindex-d3e84462-8297.pdf>
17. Сиротюк Ю., Олійник Ю. Палестино-ізраїльський конфлікт: поточні тенденції. *Недержавний аналітичний центр «Українські студії стратегічних досліджень»*. 2021. URL: <https://ussd.org.ua/2021/06/15/palestyno-izrayilskiy-konflikt-potochni-tendentsiyi/>
18. Ніколаєва Д. Ідеологічна та геополітична конкуренція Туреччини й ОАЕ: точки співпраці та зіткнення. *Регіональні студії*. 2020. № 1(7). С. 181–191. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/download/139/124>
19. Ulrichsen Kristian Coates. Centers of Power in the Arab Gulf States. URL: <https://www.hurstpublishers.com/book/centers-of-power-in-the-arab-gulf-states/>
20. Швед В.О. Арабські країни Перської затоки у системі геополітичних змін початку XXI ст. *Проблеми всесвітньої історії*. 2019. № 1(7). С. 73–86. URL: <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-issn-2707-6776-year-2019-issue-7-article-17/c/17-6.pdf>
21. Сегада О. Недержавні актори публічної дипломатії України в Катарі, Кувейті та Об'єднаних Арабських Еміратах. *International scientific journal «Grail of Science»*. 2022. № 20. С. 132–134.

References:

1. Ertoy Birkan (2020) The situation in the “Middle East” after the decline of the Ottoman Empire: providing a theoretical solution for the instability. *Journal of Islamic Jerusalem Studies*. No. 20 (1). P. 19–32.
2. History of the Middle East a Research Project of Fairleigh Dickinson University. Available at: www.un.int/kamal/sites/www.un.int/files/The%20Ambassador%27s%20Club%20at%20the%20United%20Nations/publications/ufdu2011ahme.pdf
3. Polivanova O., Abraamian A. (2019). The Treaty of Sevres as the Legal Basis For the Western Armenias Territorial Claims to Turkey. *Chasopys Kyivskoho universytetu prava*. No. 2. P. 216–225.
4. The Treaty of Lausanne. Available at: <https://thelausanneproject.com/history-lausanne-treaty/>
5. Candan Badem. The Ottoman Crimean War, 1853-1856. Brill, Boston, 2010. Available at: https://www.academia.edu/517416/The_Ottoman_Crimean_War
6. Jorge Lasmar, Leonardo Rita. The End of the Ottoman Empire and the Evolution of the Middle East Security Complex. 18.02.2021. Available at: https://www.researchgate.net/publication/350665551_The_End_of_the_Ottoman_Empire_and_the_Evolution_of_the_Middle_East_Security_Complex
7. Yassamine Mather (2014). The Fall of the Ottoman Empire and Current Conflict in the Middle East. *Critique*. Vol. 42. № 3. P. 471–485. Available at: https://www.researchgate.net/publication/270450361_The_Fall_of_the_Ottoman_Empire_and_Current_Conflict_in_the_Middle_East
8. Divak V.V. (2012). Krainy «velykoho Blyzkoho Skhodu» ta Pivnichnoi Afryky v konteksti hlobalnoho pereformatuvannia rehionu [The countries of the "Greater Middle East" and North Africa in the context of global reformatting of the region]. *Derzhava i pravo*. No. 56. P. 576–597.
9. Zionizm i 70-richchia proholoshennia derzhavy Izrail: notatky z istorii za materialamy VFU IR NBUV [Zionism and the 70th anniversary of the proclamation of the state of Israel: notes on history based on the materials of the VFU IR NBUV]. Available at: <http://www.nbu.gov.ua/node/4154>
10. U.S. Recognition of the State of Israel. Available at: <https://www.archives.gov/education/lessons/us-israel>
11. Gold Dore (2017). The Historical Significance of the Balfour Declaration. *Jewish Political Studies Review*. Vol. 28, No. 1/2. P. 8–13. Available at: <https://www.jstor.org/stable/44510469>
12. More than a century on: The Balfour Declaration explained. Available at: <https://www.aljazeera.com/features/2018/11/2/more-than-a-century-on-the-balfour-declaration-explained>
13. Koppel O.A. (2009). Konflikt shesty desiatylyt [Six decades of conflict]. *Viche*. No. 4. P. 45–49.
14. Kostiuk O. (2011). Zovnishnia polityka Ukrainy na Blyzkomu Skhodi: arabo-izraїl'skyi konflikt i problema dvostoronnikh vidnosyn Ukrainy z Izrailem ta Palestynoiu [Ukraine's foreign policy in the Middle East: the Arab-Israeli conflict and the problem of Ukraine's bilateral relations with Israel and Palestine]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriya filolohichna*. No. 53. P. 13–21.
15. Troian S.S. Arabo-izraїl'skyi konflikt. Velyka ukrainska entsyklopediia [The Arab-Israeli conflict. Great Ukrainian encyclopedia]. Available at: https://vue.gov.ua/Arabo-izraїl'skyi_konflikt
16. Koç Mehmet Akif. Interpretation of the rise of the Crown Prince Muhammad Bin Salman and Saudi Foreign Policy According to the Barakah Circle Theory. Available at: <https://www.acarin cdex.com/pdf/acarindex-d3e84462-8297.pdf>
17. Syrotiuk Yu., Oliinyk Yu. (2021). Palestyno-izraїl'skyi konflikt: potochni tendentsii. Nderzhavnyi analitychnyi tsentr «Ukrainski studii stratehichnykh doslidzhen» [The Palestinian-Israeli conflict: current trends. Non-governmental analytical center "Ukrainian Studies of Strategic Studies"]. Available at: <https://ussd.org.ua/2021/06/15/palestyno-izrayilskiy-konflikt-potochni-tendentsiyi/>
18. Nikolaieva D. (2020). Ideolohichna ta heopolitychna konkurentsia Turechchyny y OAE: tochky spivpratsi ta zitknennia [Ideological and geopolitical competition between Turkey and the UAE: points of cooperation and conflict]. *Rehionalni studii*. No. 1(7). P. 181–191. Available at: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/download/139/124>
19. Ulrichsen Kristian Coates. Centers of Power in the Arab Gulf States. Available at: <https://www.hurstpublishers.com/book/centers-of-power-in-the-arab-gulf-states/>
20. Shved V.O. (2019). Arabski krainy Perskoi zatoky u systemi heopolitychnykh zmin pochatku XXI st. [The Arab countries of the Persian Gulf in the system of geopolitical changes at the beginning of the 21st century]. *Problemy vsesvitnoi istorii*. No. 1(7). P. 73–86. Available at: <http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-issn-2707-6776-year-2019-issue-7-article-17/c/17-6.pdf>
21. Sehada O. (2022). Nderzhavni aktory publichnoi dyplomatii Ukrainy v Katari, Kuveiti ta Obiednanykh Arabskykh Emiratakh [Non-state actors of public diplomacy of Ukraine in Qatar, Kuwait and the United Arab Emirates]. *International scientific journal «Grail of Science»*. No. 20. P. 132–134.

UDC 339.564

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-2>**Myronchenko Dmytro**

Postgraduate Student,

National Aviation University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9422-961X>**Sydorenko Kateryna**

PhD in Economics, Associate Professor,

Vice-Dean of the International Relations Faculty,

National Aviation University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3231-2247>**Миронченко Д.В., Сидоренко К.В.**

Національний авіаційний університет

ROLE OF THE IT-SECTOR OF UKRAINE IN THE GLOBAL CYBER SECURITY SYSTEM

The purpose of the study is to develop mechanisms and tools for strengthening cybersecurity and maintaining the growth of the IT sector of Ukraine based on the study of global experience in preventing cyberthreats and post-shock recovery of economic systems, determining the contribution and potential of Ukraine in the field of ensuring global information security. The methodological basis of the work includes fundamental provisions of theories and concepts of the development of digital economy, conceptual approaches to ensuring global cybersecurity. The article establishes that Ukraine is a promising player in the world market of information technologies due to the availability of highly qualified personnel. It's emphasized that the Ukrainian IT sector remains the most profitable and is one of the few that can continue to support the national economy; however, the development of critical information infrastructure becomes a special priority for Ukraine in war conditions. Research results can be used for scientific substantiation and further creation of appropriate conditions for the development of the digital economy.

Keywords: international business, digital economy, economic security, cyber threats, global cyber security, information infrastructure.

JEL classification: E24, F21, F22, F23, F52

РОЛЬ ІТ-СЕКТОРУ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ КІБЕРБЕЗПЕКИ

Метою дослідження є розроблення механізмів та інструментів зміцнення кібербезпеки та підтримання зростання ІТ-сектору України на основі вивчення світового досвіду попередження кіберзагроз та післяшоккового відновлення економічних систем, визначення внеску та потенціалу України у сфері забезпечення глобальної інформаційної безпеки. Методологічна база роботи включає фундаментальні положення теорій та концепцій розвитку цифрової економіки, концептуальних підходів до забезпечення світової кібербезпеки. В статті визначено сутнісну природу кібербезпеки. Проаналізовано світовий досвід та наслідки хакерських атак на міжнародний бізнес, як от компанії Acer, Kaseya, Facebook, American Airlines тощо. Встановлено, що порушення цифрової безпеки як правило має фінансову мотивацію. Визначено роль, внесок та потенціал України у сфері кібербезпеки на глобальній арені. Зазначено, що завдяки наявності висококваліфікованого кадрового забезпечення Україна є перспективним гравцем на світовому ринку інформаційних технологій. Підкреслено, що вітчизняний ІТ-сектор залишається найприбутковішим та є одним з небагатьох, які можуть і надалі підтримувати національну економіку, однак для України в умовах війни набуває особливої пріоритетності розвиток критичної інформаційної інфраструктури. В межах проведеного дослідження запропоновано механізми та інструменти зміцнення кібербезпеки та підтримки зростання ІТ-сектору країни, зокрема акцентовано увагу, що попередження кіберзагроз та формування безпечної цифрової простору в Україні має відбуватися комплексно і системно (на рівні надання освітніх послуг та формування кадрового потенціалу країни, партнерство освітньо-наукових інституцій і міжнародного ІТ-бізнесу з метою передачі передового світового досвіду, підтримка вітчизняних стартапів в ІТ-сфері, реалізація стратегії кібербезпеки країни, проведення інформаційних кампаній та підвищення рівня обізнаності про кібербезпеку широкої громадськості тощо). Результати досліджень можуть бути використані для наукового обґрунтування та подальшого створення належних умов для розвитку цифрової економіки.

Ключові слова: міжнародний бізнес, цифрова економіка, економічна безпека, кіберзагрози, світова кібербезпека, інформаційна інфраструктура.

Statement of the problem. In the conditions of globalization changes in an increasingly interconnected and digitized world, the importance of cyber security reaches new heights. Cyberthreats and attacks continue to affect the global economy, changing the trajectory of socio-economic development. In this context, Ukraine is becoming a prominent provider in the global cybersecurity arena, making contributions to the fight against cyber

threats and improving the security of the digital business environment. The country boasts a growing IT industry with a large number of cybersecurity experts, ethical hackers, and information security specialists. A highly qualified personnel reserve provides Ukraine with the necessary experience to identify, prevent and respond to various cyber threats. Their knowledge and capabilities contribute not only to the provision of national digital infrastructure,

but are also a valuable resource for the international community in the fight against cyber challenges.

By cooperating with neighbouring countries and international partners, Ukraine supports a common policy of countering cyber threats, effectively mitigating risks that may extend beyond state borders. Ukraine's demonstrated resilience to cyberattacks further underscores its potential as a main cybersecurity provider. Ukraine's ability to recover and respond to attacks underscores the value of its information to other countries dealing with similar threats. Learning from this experience can significantly increase global economic sustainability.

In addition to the technical contribution, it is necessary to note Ukraine's involvement in global cyberdiplomacy initiatives. Ukraine takes an active part in the formation of international norms, rules and policies regarding cybersecurity. By advocating for a safe and stable cyberspace, Ukraine can play a main role in building consensus among nations, promoting responsible behaviour in cyberspace, and deterring criminals. The Ukrainian cybersecurity services sector has the potential to increase the share of exports, cost-effective solutions and skilled specialists make it an attractive partner for countries seeking to improve their cybersecurity capabilities. By spreading its experience beyond its borders, Ukraine can contribute to the development of global cyber resilience, which will benefit the whole world in the face of new cyberthreats. Protecting critical infrastructure from cyber threats is a top priority. As more sectors of the economy rely on the digitization of operations, the protection of essential services such as energy, finance, healthcare and transport become increasingly critical.

Analysis of recent research and publications. The problem of the stability of the world economic system in the context of information security has received the attention of many domestic and foreign scientists. Thus, Garstka J., Libicki M., Nye J., Cebrowski A., Hoffman F. offer the latest theories of information wars, cyberthreat tools and institutional foundations of the international security system, explore international cooperation on information security at the level of international organizations and leading countries of the world [3; 10; 14; 22]. Professor Dorothy E. Denning made a significant contribution to the study of cybersecurity and information warfare in the context of international conflicts [4]. Scientists Bjelousova N.B., Frolova O.M., Makarenko Je.A., Ozhevan M.A., Ryzhkov M.M. highlight theoretical and applied studies of international information and cybersecurity as a component of the international system of maintaining peace and stability [16; 17; 26]. Scientist Ghoncharenko I.H. notes that the spread of cybercrime is facilitated by such factors as hyperdemand for various types of information services in the developed countries of the world, processes of globalization of the world economy, development of modern information technologies, etc. [7]. Skoroboghatova N.Je. examines the extent of the spread of cyberthreats in the global economy and proposes the implementation of a comprehensive information security policy to minimize losses from them [33]. Peculiarities of cybersecurity regulation in the system of international economic relations are studied by the following scientists: Onyshhenko S.V. and Ghlushko A.D. – analyze the dynamics of cyberattacks

and the level of financial losses of the world economy from the realization of cyberthreats, prove that cyberattacks on critical infrastructure objects of Ukraine and government information resources are a threat to national interests [23]; Pipchenko N.O. – examines the practice of the EU's regional information and communication activities and the specifics of the association's positioning in Ukraine [24]; Ghrynchuk M.S. – defines the specifics of the implementation of external communications of the EU in the field of fighting cyberthreats [8]; Lykhova S.Ja. and Bilenchuk P.D. – analyze the phenomenon of space and ground cyber threats in the modern electronic world [15]. The specifics of ensuring cyber security of international business are studied by such scientists as: Zolotukhyn D. – focuses on cybersecurity policy and international relations, made a significant contribution to understanding the consequences of cyber security for the international business environment [35]; Anderson R. – studies various aspects of cybersecurity, including its implications for companies and governments [1]; Baskerville R. and Spafford E. – explore the features of risk management and ensuring cybersecurity in the context of global business operations [2; 30]; Piper F. – conducts research on cybersecurity issues faced by multinational corporations [25]; Thomas W. Shinder – studies network security and security issues of international business networks [28]. At the same time, taking into account a significant amount of thorough and meaningful scientific work, the manifestations and consequences of cyberthreats in the global economy remain insufficiently researched, tools and mechanisms for their prevention and post-shock recovery of economic systems need improvement.

The purpose of the article is the development of mechanisms and tools for strengthening cybersecurity and maintaining the growth of the IT sector of Ukraine based on the study of global experience in preventing cyberthreats and post-shock recovery of economic systems, determining the contribution and potential of Ukraine in the field of global information security.

Summary of the main results of the study. Cybersecurity is the practice of protecting digital devices, networks, and sensitive information from unauthorized access, theft, or damage. It involves the implementation of tools, processes and technologies to protect computers, networks, electronic devices, systems and data from cyber attacks [11]. Cybersecurity ensures confidentiality, integrity and availability of data throughout the entire life cycle [10]. Cybersecurity is important because it helps protect personal information like bank accounts, social media accounts, and other sensitive data from digital attacks. Helps protect businesses and organizations from cyberattacks that can cause financial loss or damage their reputation.

A digital security breach is a type of security breach that involves the theft of sensitive or protected data from a computer system or network. The economic consequences of a digital security breach can be costly for both companies and individuals. According to a report by the Foundation for the Defense of Democracies (FDD), ransomware causes economic and financial harm because it affects things that directly affect the balance sheet, such as productivity and cost-effectiveness [21]. The economic consequences of data security breaches can be costly to companies both financially and in terms of their reputation

[9]. Cybersecurity and data security are aimed at preserving the confidentiality, integrity and availability of information assets. Most cyber attacks are financially motivated. Typically, an attacker infiltrates a target system and then uses malware to extort information assets, withdraw funds, demand ransom, or commit other crimes.

An example of the importance of cyber protection can be a series of hacker attacks in the recent period on large global companies, which cost their owners dearly:

– Acer: In March 2021, electronics manufacturer Acer was hit by ransomware, leading to the largest ransom in history: \$50 million;

– Kaseya: In July 2021, Kaseya was hit by a ransomware attack that affected hundreds of companies around the world [18];

– Facebook: In April 2021, Facebook was hit by a data breach that exposed the personal information of over 533 million users;

– Reddit data leak: Hackers allegedly belonging to the BlackCat ransomware gang threatened Reddit to leak 80GB of sensitive data they stole from its servers in February 2023. The gang is demanding \$4.5 million and wants Reddit to abandon its controversial new pricing policy;

– American Airlines: Hackers reportedly stole the personal information of thousands of pilots applying for positions at American Airlines and Southwest Airlines [5].

For Ukraine, cyber defense is a priority due to the escalation of the Russian-Ukrainian conflict. Given the escalation of the conflict in Ukraine, businesses around the world must prepare now. Corporate security and intelligence groups have said they are seeing an increase in cyber investigations, and the US Cybersecurity and Infrastructure Security Agency and the European Central Bank have warned of possible Russian cyberattacks [13]. Ukraine was not the first «cyberwar» zone, but this is the first major conflict involving large-scale cyber operations. Cybersecurity is important because it protects all categories of data from theft and damage. This includes confidential data, personally identifiable information (PII), protected health information (PHI), personal information, intellectual property, data, and government and industry information systems.

In the period from 2020 to 2023, several cyber attacks were committed against Ukraine. In February 2022, Ukraine was under new attacks, which, according to the government, were «on a completely different level» [27]. In May 2023, an unknown group hacked surveillance and data collection systems in both Russia and Ukraine. In June 2023, Ukrainian hackers claimed responsibility for an attack on a Russian telecommunications company that provides critical infrastructure for the Russian banking system. Microsoft's threat intelligence teams have been tracking a wave of cyberattacks from the so-called Cadet Blizzard, which is linked to Russia's GRU. These attacks, which began in February 2023, targeted government agencies and IT service providers in Ukraine. Google's Threat Analysis Group said it is «highly confident» that Moscow will «increase disruptive and disruptive attacks» in 2023 if the war shifts «fundamentally» in Ukraine's favour [27].

The cyber security strategy of Ukraine for 2021–2025 is aimed at creating conditions for the safe functioning of cyberspace, its use in the interests of the individual, society

and the state. The strategy defines three priorities: safe cyberspace, protection of citizens' rights in the digital space, and European and Euro-Atlantic integration [12]. The goals of the strategy include strengthening the capabilities of the national cyber security system, creating effective cyber defenses, and developing communication, coordination and partnership between cyber security participant at the national level. In recent years, hackers have penetrated poorly secured networks using methods as simple as guessing passwords or intercepting their use on unprotected computers. More sophisticated cyberattacks in Ukraine used social engineering techniques, including phishing emails that tricked netizens into revealing their IDs and passwords. Starting in 2020, USAID launched an ambitious \$38 million cybersecurity reform program, which over the next few years will work to strengthen the legal and regulatory environment in the field of cybersecurity in Ukraine, build Ukraine's cyber workforce, and expand course offerings at leading Ukrainian universities, and as well as developing links between critical infrastructure operators and private sector solution providers. The White House declares that it will provide Ukraine with all the necessary support to recover from cyber attacks [34].

Changes are being made to the education system of Ukraine to integrate cyber security into the core curriculum. In order to overcome the growing challenges associated with cyber threats and to ensure a safe digital environment, initiatives were implemented to improve programs in educational institutions. Implementation of courses, programs related to cyber security, which should cover both theoretical and practical applications. Students have the opportunity to learn about network security, cryptography, ethical hacking, digital forensics, and more.

To bridge the gap between education and industry, partnerships with companies and cybersecurity experts have been established. IT industry leaders are interested in and actively contribute to the development of educational programs, ensuring a focus on the latest cybersecurity trends and labour market requirements. Cybersecurity competitions, hackathons and conferences are regularly organized in Ukraine to increase interest and develop skills. At such events, students get the opportunity to exchange experience, demonstrate their talents, communicate with experts, etc. This makes it possible to select valuable personnel for companies and focus their development in a relevant direction depending on global needs. Due to this, ready-made resources that can contribute to global cyber security are being integrated into the world market.

The government is taking measures to support cybersecurity education. Scholarships and grants were offered to students pursuing cybersecurity-related degrees. Certifications and specialized training programs have gained popularity, allowing for cybersecurity credentials such as: Certified Information Systems Security Professional (CISSP) or Certified Ethical Hacker (CEH). These certifications increase the employability of cybersecurity professionals and validate their experience.

Beyond academic institutions, cybersecurity awareness is being actively promoted among the general public. Awareness campaigns educate people about safe online practices and potential cyber risks, helping to create a more vigilant and secure digital community. Ukraine also participates in international cooperation and partnership in the field of cyber security. This opens up opportunities for

knowledge sharing, joint research projects and exposure to best practices from around the world.

In general, the integration of cyber security into the Ukrainian education system demonstrates the country's commitment to ensuring the security of its cyber space and the formation of a skilled workforce capable of protecting against cyber threats. As technology continues to evolve, continued efforts are needed to ensure that the education system remains relevant and proactive in addressing cybersecurity issues.

Also, Ukrainian startups play a dynamic role in the field of cyber security. As the cybersecurity industry continues to evolve, these startups bring innovation, expertise, and other perspectives to combat ever-evolving cyber threats. One of the main roles of Ukrainian startups is to stimulate innovation and technological progress. Startups often use emerging technologies such as artificial intelligence, machine learning, big data analytics, and blockchain to develop advanced cybersecurity solutions. Work is underway to develop new approaches to detect, prevent, and respond to cyberattacks, helping individuals, businesses, and organizations stay ahead of cybercriminals. Some Ukrainian cybersecurity startups specialize in incident response and data recovery services (Spin.AI, Hacken).

Another important role of Ukrainian startups, given their own experience, is the protection of critical infrastructure sectors, such as energy, health care, finance and transport. These startups aim to strengthen the protection and stability of these sectors. However, protection of organizations and critical infrastructure is not the only protection provided by Ukrainian companies. Priority is also given to data privacy and compliance with relevant regulations such as GDPR. The development of such solutions allows to strengthen trust in the digital sphere. Quite often, such startups meet the needs of small and medium-sized enterprises, pushing cost-effective and individual solutions in the field of cyber security. This helps improve the security of smaller companies that may not have the resources to invest in comprehensive cybersecurity measures.

Ukrainian cyber security startups actively participate in international cooperation and partnership, where knowledge is exchanged at global cyber security events, contributing to a wider exchange of ideas and experience.

A positive factor that should contribute to the support of initiatives for the development of the cyber security sector in Ukraine is the impact on the economy. The growing number of startups that are focused on the main global problem of data protection in cyberspace leads to the creation of new jobs and attracting more investments.

However, it should be noted that at the moment this industry in Ukraine has reduced the pace of development due to the full-scale invasion of Russia on the territory of Ukraine. Due to the invasion, there was an outflow of resources from Ukraine, as companies are afraid of losing Research and Development (RND) sectors that were concentrated in one place. In order to prevent losses of

production, or reduce its volumes in view of the military invasion and energy terror on the part of the Russian Federation, companies distribute their RND network outside of Ukraine whenever possible. As a result, the money does not reach Ukraine, since taxes and wages are paid in the country where RND is established. In order to help representatives of the IT business in Ukraine who are currently abroad, the «Dija City» platform was launched in 2022. One of the advantages of «Dija City» is the opportunity to remain a resident of Ukraine and work for the economy of Ukraine while abroad [29].

Conclusions. The Ukrainian government should take several key next steps to strengthen cybersecurity and support the growth of the country's cybersecurity sector. First of all, strengthening cyberdefense capabilities. In connection with Ukraine's ongoing war with Russia, it is imperative to invest in advanced technologies and tools to effectively detect and respond to cyber threats, promote cooperation with international cyber security experts to share knowledge and apply industry best practices.

The cybersecurity strategy of Ukraine for 2021–2025 needs constant updating and revision. The government should actively engage relevant stakeholders, including industry experts and academic institutions, to ensure the strategy remains relevant and adapt to changes as needed. It is necessary to continue the integration of the basics of cyber security into the basic curriculum of educational institutions. Improving and expanding cybersecurity-related programs will equip students with both theoretical knowledge and practical skills, and collaboration with industry leaders will help align educational programs with the latest cybersecurity trends and industry requirements.

Supporting and developing cybersecurity startups is essential to drive innovation and growth in the sector. The government should provide financial assistance, grants and tax incentives to stimulate the creation and development of startups in the field of cyber security in Ukraine. Encouraging partnerships between start-ups and the critical infrastructure sector can strengthen protection and stability in vital industries.

Public awareness of cybersecurity is critical to building a vigilant and secure digital community. The government should continue to promote cyber security awareness campaigns that educate the general public about safe online practices and potential cyber risks. Finally, the government should work to create recognized cybersecurity certifications and standards. This will increase employment opportunities and confidence in cybersecurity professionals in Ukraine, ensuring compliance with international cybersecurity standards.

By taking these comprehensive next steps, the Ukrainian government can build a robust cybersecurity ecosystem, protecting critical infrastructure, fostering innovation, and increasing the nation's cybersecurity resilience to emerging cyber threats.

References:

1. Anderson R. (2020) *Security Engineering: A Guide to Building Dependable Distributed Systems*. New York: Wiley.
2. Baskerville R., Capriglione F., Nunzio C. (2023) Impacts, Challenges and Trends of Digital Transformation in the Banking Sector. *Law and Economics Yearly Review Journal*, vol. 9, part 2, pp. 341–362.
3. Cebrovski A., Garstka J. (1998) Network-Centric Warfare: Its Origin and Future. *Proceedings*, vol. 124. Available at: <https://www.usni.org/magazines/proceedings/1998/january> (accessed 18 July 2023).
4. Denning D. (1999) *Information Warfare and Security*. Canada: ACM Press, 522 p.

5. Drapkin A. (2023) Data Breaches That Have Happened in 2022 and 2023 So Far. *Tech.Co*. Available at: <https://tech.co/news/data-breaches-updated-list> (accessed 24 July 2023).
6. Frankenfield J. (2022) Cybersecurity: Meaning, Types of Cyber Attacks, Common Targets. *Investopedia*. Available at: <https://www.investopedia.com/terms/c/cybersecurity.asp> (accessed 3 July 2023).
7. Ghoncharenko I. (2023) Kiberzagrozy finansovogho sektora v umovakh vijny [Cyber threats of the financial sector in the conditions of war]. *Economy and society*, no 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-82> (accessed 1 July 2023). (in Ukrainian)
8. Ghrynchuk M.S. (2021) Osoblyvosti zdiysnennja zovnishnikh komunikacij JeS u sferi borotby z kiberzagrozamy [Peculiarities of the implementation of EU external communications in the field of combating cyber threats]. Proceedings of the *Pryncypovyy prahmatyzm JeS – naslidky dlja Skhidnoji ta Pivdenno-Skhidnoji Jevropy: politychni, ekonomichni, pravovi ta komunikacijni aspekty (Ukraine, Kyiv, May 21–22, 2021)*, Kyiv: Taras Shevchenko national university of Kyiv, pp. 123–125. Available at: https://e-learning.iir.edu.ua/pluginfile.php/5230/mod_book/chapter/881/PROCEEDINGS_EU_PRINCIPLED_PRAGMATISM_2021.pdf#page=123 (accessed 22 July 2023). (in Ukrainian)
9. Hightower S.S. (2023) The economic impact of data security breaches in e-commerce. *Verzion*. Available at: <https://www.verizon.com/business/resources/articles/s/economic-impact-of-data-security-breaches-in-ecommerce/> (accessed 10 July 2023).
10. Hoffman F. (2009) Hybrid vs Compound. *Small Wars Journal*. Available at: <http://armedforcesjournal.com/hybrid-vs-compound-war/> (accessed 15 July 2023).
11. IBM (2022) *What is cybersecurity?* Available at: <https://www.ibm.com/topics/cybersecurity> (accessed 22 July 2023).
12. Jermak A. (2021) Pro Strategiju kiberbezpeky Ukrainy [About Cyber Security Strategy of Ukraine]. *Verkhovna Rada Ukrainy*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/447/2021> (accessed 29 July 2023). (in Ukrainian)
13. Kolbe P.R., Morrow M.R., Zabierek L. (2022) *The Cybersecurity Risks of an Escalating Russia-Ukraine Conflict*. Harvard: Harvard Business Review. Available at: <https://hbr.org/2022/02/the-cybersecurity-risks-of-an-escalating-russia-ukraine-conflict> (accessed 18 July 2023).
14. Libicki M.C. (2007) *Conquest in Cyberspace: National Security and Information Warfare*. Cambridge: Cambridge University Press.
15. Lykhova S.Ja., Bilenchuk P.D. (2021) Kosmichni i nazemni kiberzagrozy tretogo tysjacholittia: zasoby piznannia, dokazuvannia, rozsliduvannia [Space and ground cyber threats of the third millennium: means of knowledge, proof, investigation]. *Naukovi praci Nacionaljnogho aviacijnogho universytetu*, vol. 2, № 59, pp. 9–17. DOI: 10.18372/2307-9061.59.15585. (in Ukrainian)
16. Makarenko Je.A., Ryzhkov M.M., Kuchmij O.P., Frolova O.M. (2022) *Mizhnarodna informacija: termini i komentari* [International information: terms and comments]. Kyiv: Vadeks. (in Ukrainian)
17. Makarenko Je.A., Ryzhkov M.M., Ozhevan M.A. and others (2006) *Mizhnarodna informacijna bezpeka: suchasni vyklyky ta zagrozy* [International information security: modern challenges and threats]. Kyiv: Centr viljnoji presy. (in Ukrainian)
18. Morrow S. (2021) 7 worst security breaches of 2021 (so far). *InfoSec*. Available at: <https://resources.infosecinstitute.com/topic/7-worst-security-breaches-of-2021-so-far/> (accessed 12 July 2023).
19. Myronchenko D. (2023) Cybersecurity as a Factor of Stabilization of the Global Economy. Proceedings of the *Fundamental shifts in geo-economic systems of the world: collection of international scientific works (Ukraine, Kyiv, December 20–21, 2022)* (ed. by Dr. (Econ.), Prof. O. Borzenko), Kyiv: National Academy of Sciences of Ukraine, pp. 191–195. Available at: http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2023/06/Fundamental-shifts_.pdf (accessed 14 July 2023).
20. Myronchenko D. (2023) Ensuring national and economic security through effective cybersecurity measures. Proceedings of the *XIV Mizhnarodna nauково-praktychna konferencija «Nacionaljni ekonomichni strategiji rozvytku v globalnomu seredovyshhi» (Ukraine, Kyiv, May 11, 2023)*, Kyiv: National aviation university, pp. 27–30. Available at: <https://drive.google.com/file/d/18gwyby-PV5UPbae1rcWR-PDiZwne8bbxe/view> (accessed 18 July 2023).
21. Nolan C., Fixler A. (2019) The Economic Costs of Cyber Risk. *FDD*. Available at: <https://securityintelligence.com/series/2019-cost-of-a-data-breach-report/> (accessed 28 July 2023).
22. Nye J.S. (2010) *Cyber Power*. Cambridge: Pub. by Belfer Center for Science and International Affairs.
23. Onyshhenko S.V., Ghlushko A.D. (2022) Analitychnyj vymir kiberbezpeky Ukrainy v umovakh zrostannja vyklykiv ta zagroz [Analytical measurement of cyber security of Ukraine in the conditions of growing challenges and threats]. *Ekonomika i region*, vol. 84, pp. 13–20. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2022.1\(84\).2540](https://doi.org/10.26906/EiR.2022.1(84).2540) (accessed 18 July 2023). (in Ukrainian)
24. Pipchenko N.O. (2021) *Jevropejski komunikaciji* [European communications]. Kyiv: VADEKS. (in Ukrainian)
25. Piper F., Murphy S. (2002) *Cryptography: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
26. Ryzhkov M.M., Bjelousova N.B. (2009) *Informacijne zabezpechennja prohnozno-analitychnoji dijialnosti v mizhnarodnykh vidnosynakh* [Information provision of predictive and analytical activities in international relations]. Kyiv: Centr viljnoji presy. (in Ukrainian)
27. Sakellariadis J., Miller M. (2023) Ukraine gears up for new phase of cyber war with Russia. *Politico*. Available at: <https://www.politico.com/news/2023/02/25/ukraine-russian-cyberattacks-00084429> (accessed 26 July 2023).
28. Shinder T. (2011) *The Best Damn Firewall Book Period*. New York: Syngress.
29. Sigtax (2023) *Everything you need to know about Ukraine's special regime for IT companies*. Available at: <https://sigtax.com/en/diia-city> (accessed 27 July 2023).
30. Skoroboghatova N.Je. (2018) *Analiz poshyrennja kiberzagroz u globalnij ekonomici ta minimizaciji zbytkiv vid nykh* [Analysis of the spread of cyber threats in the global economy and the minimization of losses from them]. Available at: <http://sb-keip.kpi.ua/article/view/144604> (accessed 12 July 2023). (in Ukrainian)
31. Spafford G., Garfinkel S. (1997) *Web Security & Commerce*. Newton: O'Reilly & Associates.
32. Sydorenko K., Bugayko D., Gurina G., Korzh M., Zablotska R. (2023) National economic interests of Ukraine in the field of international economic relations. *Internauka*, vol. 1(69). DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2023-1-8510> (accessed 18 July 2023). (in Ukrainian)
33. Sydorenko K.V., Bughajko D.O., Ghurina Gh.S., Zablojka R.O., Korzh M.V. (2022) Svitovyy rynek tekhnologij u sferi aviaciji jak forma realizaciji mizhnarodnykh nauково-tekhnologichnykh vidnosyn [The global technology market in the field of aviation as a form of implementation of international scientific and technological relations]. *Internauka*, vol. 12. DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-12-8491> (accessed 18 July 2023). (in Ukrainian)
34. Tidy J. (2022) Ukraine cyber-attack: Russia to blame for hack, says Kyiv. *BBC*. Available at: <https://www.bbc.com/news/world-europe-59992531> (accessed 18 July 2023).
35. Zolotukhyn D. (2018) *Ukraine Needs Systemic Management Decisions in Cybersecurity Field*. Available at: <https://mkip.gov.ua/en/news/2426.html> (accessed 15 July 2023).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 330:342; 338.24

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-3>**Чикало І.В.**кандидат економічних наук, доцент,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4824-8999>**Chykalo Inna**

West Ukrainian National University

АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОМУНАЛЬНИМ МАЙНОМ

Стаття присвячена питанням аналітичного забезпечення управління комунальним майном. У статті акцентовано увагу на тому, що комунальне майно є основним джерелом формування ресурсного потенціалу територіальних громад, а відтак, ефективність управління ним детермінує рівень їх спроможності. За цих умов перед органами місцевого самоврядування постає питання вибору оптимального інструментарію управління комунальним майном для забезпечення поступального соціально-економічного розвитку громади. Важливу роль у цьому процесі відіграє аналітичне забезпечення. Саме інформатизація процесу управління комунальним майном на основі використання належного програмного забезпечення дозволяє здійснювати пошук, алокацію та формування інформаційних масивів, що слугуватиме інформаційною базою для виокремлення альтернатив управлінських рішень у цій сфері.

Ключові слова: аналітичне забезпечення, комунальне майно, інструментарій управління комунальним майном, оренда комунального майна, нерухоме майно, рухоме майно.

ANALYTICAL SUPPORT OF COMMUNAL PROPERTY MANAGEMENT

The article is devoted to issues of analytical provision of communal property management. The article focuses on the fact that communal property is the main source of forming the resource potential of territorial communities, and therefore, the effectiveness of its management determines the level of their favorability. Under these conditions, local self-government bodies are faced with the question of choosing the optimal toolkit for communal property management to ensure procedural socio-economic development of the community. Analytical support plays an important role in this process. The author summarizes scientific approaches to the analytical support of management of communal property objects and outlines directions for improving this process. The article states that the informatization of the communal property management process based on the use of appropriate software allows for the search, allocation and formation of information arrays, which will serve as an information base for identifying alternatives for management decisions in this area. In the process of managing communal property, local self-government bodies can use various tools, namely: transfer property for permanent or temporary use to legal entities and individuals, lease or concession, sell and buy; use property as collateral; to resolve the issue of property alienation (privatization), etc. The correct choice of tools also determines the effectiveness of its use. The modern practice of the functioning of territorial communities indicates the presence of problems in the field of communal property management, which relate to the transfer of property to sublease, the holding of an auction, the use of objects of unfinished construction, sale, privatization, and others. Analytical support for communal property management will allow you to keep records of property, monitor the condition of communally owned objects, and track how efficiently leased property is used. At the same time, the use of modern forecasting methods will allow the local self-government body to choose the way to use the property from the point of view of the income that the community will be able to receive from its use. In this way, analytical support for the management of communal property will contribute to increasing the efficiency of its use and obtaining additional revenues for the local budget.

Keywords: analytical support, communal property, communal property management tools, communal property rental, real estate, movable property.

JEL classification: H82, H56, K11, R52

Постановка проблеми. Війна в країні вносить корективи у всі сфери суспільного життя та вимагає нових підходів до розробки, прийняття та контролю ефективності управлінських рішень. З огляду на те, що одним із джерел формування ресурсного потенціалу територіальних громад виступає комунальне майно, постає об'єктивна необхідність вироблення дієвих підходів до управління ним для забезпечення спроможності громади. В сучасних умовах прийняття

ефективних управлінських рішень щодо управління об'єктами комунальної власності потребує належного аналітичного забезпечення, що актуалізує окреслену проблематику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання управління комунальним майном висвітлені у працях таких науковців, як: Лебеда Т.Б., Лелюка М.П., Нема О.С., Сментини Н.В., Шкільняка М.М. та інших. Проте, пропри певний науковий інтерес до цієї проблематики,

на сьогодні у фаховій літературі відсутні комплексні дослідження аналітичного забезпечення управління комунальним майном.

Мета статті. З огляду на зазначене, метою статті є системне узагальнення наукових підходів щодо аналітичного забезпечення управління об'єктами комунальної власності та вироблення на цій основі рекомендацій щодо удосконалення цього процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією із форм власності, визначеної Конституцією України [1] є комунальна власність, що передбачає повноцінне право володіти, користуватися та розпоряджатися її об'єктами територіальним громадам на власний розсуд та у своїх інтересах. Варто зауважити, що нормами чинного законодавства не визначено вичерпного переліку майна, яке може бути об'єктом права комунальної власності. Так, зокрема у ст. 327 Цивільного кодексу вказано, що «...у комунальній власності є майно, у тому числі грошові кошти, яке належить територіальній громаді» [2]. Натомість законодавством окреслено певний критеріальний підхід для віднесення об'єктів до права комунальної власності, а саме зазначено, що: «матеріальною й фінансовою основою місцевого самоврядування є рухоме й нерухоме майно, доходи місцевих бюджетів, інші кошти, земля, природні ресурси, що є у власності територіальних громад сіл, селищ, міст, районів у містах, а також об'єкти їхньої спільної власності, що перебувають у управлінні районних і обласних рад» [1].

Становлення та функціонування інституту комунальної власності відбулось за рахунок безоплатної передачі у власність територіальним громадам об'єктів (цілісних майнових комплексів підприємств, установ, організацій, нерухомого майна (будівель, споруд, у тому числі приміщень), об'єктів незавершеного будівництва); іншого окремого індивідуально визначеного майна підприємств, акцій (часток, паїв), що належать державі або суб'єктам права комунальної власності у майні господарських товариств; об'єктів житлового фонду та соціальної інфраструктури [3]) із загальнодержавної власності та набуття його на інших законних підставах. Збільшення комунального майна в умовах сьогодення здійснюється переважно за рахунок поточної діяльності комунальних підприємств, отримання надходжень з власних, законодавчо визначених, загальнодержавних і місцевих податків, зборів та інших обов'язкових платежів.

Також невід'ємною складовою комунального майна є земельні ділянки. Так, відповідно до норм Земельного кодексу у комунальній власності перебувають усі землі в межах населених пунктів, крім земельних ділянок приватної та державної власності, а також земельні ділянки, на яких розташовані будівлі, споруди, інші об'єкти нерухомого майна комунальної власності незалежно від місця їх розташування [4]. Водночас, за рішеннями органів виконавчої влади у комунальну власність можуть передаватися земельні ділянки державної власності, які використовуватимуться для розміщення об'єктів обслуговування потреб територіальної громади (комунальних підприємств, установ, організацій, громадських пасовищ, кладовищ, місць знешкодження та утилізації відходів, рекреаційних об'єктів тощо), а також земельні ділянки, які відповідно до затвердженої містобудівної

документації передбачається включити у межі населених пунктів [4].

Враховуючи вказане, можна констатувати, що будучи матеріальною основою місцевого самоврядування, комунальне майно, яке належить територіальній громаді та використовується нею за цільовим призначенням повинно приносити дохід. Якщо майно використовуватиметься неефективно, воно може знецінитись, бути збитковим та, в підсумку перетвориться на додатковий баласт для громади. Тому, ефективне управління комунальною власністю є важливою складовою поступального економічного розвитку як на локальному, так і на національному рівнях.

Управління комунальним майном здійснюється територіальною громадою через утворені нею органи місцевого самоврядування – місцевою радою та її виконавчими органами. У процесі управління комунальним майном територіальна громада може застосовувати усі майнові операції щодо нього, зокрема: передавати його у постійне або тимчасове користування юридичним та фізичним особам, здавати в оренду чи концесію, продавати і купувати; використовувати його як заставу; вирішувати питання відчуження майна (приватизації), тощо.

Змістовна характеристика перелічених інструментів управління комунальним майном наведена в таблиці 1.

Порядок застосування окреслених інструментів управління комунальним майном (табл. 1) регламентується нормами чинного законодавства та відповідними положеннями, які розробляються та затверджуються радою територіальної громади. Правильність підбору інструментарію управління комунальним майном значною мірою детермінує ефективність його використання. У практиці функціонування територіальних громад зустрічаються різні проблемні питання у сфері управління комунальним майном, що стосуються як в цілому неефективного використання комунального майна, вісутності зрозумілих та прозорих для жителів громади процедур управління комунальним майном, так і наявності об'єктів комунального майна, що знаходяться у незадовільному стані, наслідком чого є недоотримання додаткових надходжень до місцевого бюджету. У цьому плані Всеукраїнською Асоціацією ОТГ, на базі аналітичного центру ВАОТГ, спільно з проектом USAID «Діяльність у рамках реформи державних підприємств України» (SOERA) проведено опитування серед представників органів місцевого самоврядування щодо проблемних питань управління майном комунальної власності територіальних громад. Результати цього опитування представлено у формі таблиці 2.

Наведені дані (див. табл. 2) свідчить про те, що найбільш проблемними питаннями у сфері управління комунальним майном на сьогодні є питання щодо передачі майна в суборенду, проведення аукціону, використання об'єктів незавершеного будівництва, продажу, приватизації, тощо.

З огляду на вказане, можна констатувати, що перед територіальними громадами постає проблема забезпечення ефективного управління комунальним майном. Важливу роль у цьому відіграє аналітичне забезпечення, тобто процес створення оптимальних умов для задоволення інформаційних потреб та реалізації функцій управління комунальним майном на основі формування та використання інформаційних ресурсів

Таблиця 1

Інструментарій управління комунальним майном

№ з/п	Інструмент управління	Змістова характеристика
1	Оренда	речове право на майно, відповідно до якого орендодавець передає або зобов'язується передати орендарю майно у користування за плату на певний строк з метою прискорення економічного зростання, залучення інвестицій, посилення фінансової спроможності підприємств комунальної власності
2	Концесія	форма здійснення державно-приватного партнерства, яка полягає в наданні концесієдавцем концесіонеру права на створення та/ або будівництво (нове будівництво, реконструкцію, реставрацію, капітальний ремонт та технічне переоснащення), та/або управління об'єктом концесії, та/або надання суспільно значущих послуг в порядку та на умовах, визначених концесійним договором, і передбачає передачу концесіонеру переважної частини операційного ризику
3	Приватизація комунального майна	платне відчуження майна, що перебуває у комунальній власності, на користь фізичних та юридичних осіб, які відповідно до норм чинного законодавства можуть бути покупцями, що здійснюється з метою прискорення економічного зростання, залучення інвестицій
4	Продаж (відчуження)	це передача права власності на майно від одного суб'єкта права власності до іншого шляхом продажу цього майна за грошові кошти, що оформляється договором купівлі-продажу
5	Створення комунальних підприємств та участь ОМС у господарських товариствах	до компетенції рад відноситься питання щодо створення, ліквідації, реорганізації та перепрофілювання підприємств, установ та організацій комунальної власності відповідної територіальної громади
6	Безоплатна передача в державну власність	процедура безоплатної передачі майна комунальної власності до державної власності, що визначається Кабінетом Міністрів України та передбачає відмову територіальної громади від частини свого майна на користь держави
7	Спільне використання об'єктів комунальної власності	визначає об'єднання на договірних засадах зусиль декількох територіальних громад різних територій щодо фінансово-матеріального утримання спільних об'єктів комунальної власності
8	Самостійне використання комунального майна ТГ	передбачає створення на базі комунальної власності комунальних підприємств, установ та організацій з метою надання громадських послуг населенню з правом прийняття рішення про їх ліквідацію, консервацію, реорганізацію, перепрофілювання
9	Застава комунального майна	використання комунального майна як об'єкта гарантії повернення кредитів підприємницькими структурами, що виконують діяльність, необхідну територіальній громаді, залучені до реалізації програм соціально-економічного розвитку території
10	Списання	віднесення товарних цінностей або грошових коштів підприємств, установ, організацій до збитків з вилученням їх із балансу, зняття з балансового обліку

Джерело: сформовано на основі [1–7]

Таблиця 2

Результати опитування щодо проблемних питань управління майном комунальної власності територіальних громад

№ з/п	Запитання	Обраний респондентами варіант відповіді			
		Так		Ні	
		Кількість респондентів, ос.	%	Кількість респондентів, ос.	%
1	Чи досконало Ви обізнані зі змінами, які відбулися у процедурі приватизації/ оренди/суборенди/продажу комунального майна в період воєнного стану?	83	42	115	58
2	Чи є в Вашій громаді проблемне питання щодо:				
2.1	приватизації комунального майна?	155	79	41	21
2.2	відчуження/списання комунального майна?	150	76	48	24
2.3	об'єктів незавершеного будівництва, які не введені в експлуатацію?	164	83	34	17
2.4	оренди майна територіальної громади відмінного від земельних ділянок?	151	76	47	24
2.5	передачі комунального майна в суборенду?	185	93	13	7
2.6	процедур продажу майна територіальної громади?	162	84	32	16
2.7	особливостей проведення аукціону в умовах воєнного стану?	170	88	24	12

Джерело: наведено за [8]

та технологій. Це потребує на рівні органів місцевого самоврядування формуванні інформаційних баз, наявних комунікаційних каналів передачі даних, систем обробки даних, належного рівня автоматизації робочих місць посадових осіб місцевого самоврядування та технічних засобів. Для вирішення окремих проблем управління комунальним майном можуть бути розробляються спеціалізовані експертні системи, які здійснюватимуть пошук, алокацію та формування альтернатив управлінських рішень.

Зауважимо, що питання аналітичного забезпечення управління комунальним майном в частині створення, збору, зберігання, використання та поширення інформаційних даних регламентуються нормами Земельного кодексу України [4], Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» [7], Постанови КМУ «Про особливості оренди державного та комунального майна у період воєнного стану» [6]. Окрім цього, органи місцевого самоврядування можуть приймати і власні нормативно-правові акти щодо управління комунальним майном, зокрема з питань ведення його обліку. На основі даних про інвентаризацію основних засобів органи місцевого самоврядування формують переліки об'єктів комунальної власності.

Проведення обліку об'єктів комунальної власності потребує використання спеціалізованого програмного забезпечення, що дозволяє експортувати дані як у відкритих форматах (CSV, JSON, XML) так і у форматах електронних таблиць (XLS, XLSX, ODS) або ж оприлюднювати їх через інтерфейс прикладного програмування (server-side web API) системи. У процесі формування інформації про об'єкти комунальної власності потрібно використовувати такі класифікатори, як: класифікатор САВПС, державний класифікатор будівель та споруд ДК 018-2000, класифікація видів цільового призначення земель. Структуризація цієї інформації проводиться на основі використання органами місцевого самоврядування територіальних громад файлів формату XLSX, ODS, CSV. Водночас, оприлюднення територіальними громадами цих даних здійснюється на основі використання таких ресурсів, як: Parcels (для формування реєстру земельних ділянок, що знаходяться у комунальній власності), Buildings (для формування реєстру нерухомого комунального майна) та MovableProperty (для формування реєстру рухомого комунального майна).

Інформація про об'єкти, що перебувають у комунальній власності носить публічний характер та оприлюднюється на сайтах громад та інформаційних платформах Фонду державного майна України та Держгеокадастру.

На сьогодні формування аналітичної інформаційної бази про об'єкти, які перебувають у комунальній власності територіальних громад є динамічним процесом. На цей процес значний вплив мають військові дії на території країни, оскільки значна кількість об'єктів комунальної власності щоденно зазнає руйнувань, що потребує внесення коректив у відповідних реєстрах. В умовах повномасштабної війни є частково обмеженим доступ до окремих реєстрів для уникнення зловживань з боку сторони агресора.

Також на аналітичне забезпечення управління комунальним майном впливає низка чинників об'єктивного характеру, до яких можна віднести:

- по-перше, неточність і неповнота інформації щодо стану об'єктів комунальної власності;

- по-друге, обмеження реального часу, протягом якого повинні бути прийняті управлінські рішення щодо об'єктів комунальної власності;

- по-третє, відсутність належного матеріально-технічного та програмного забезпечення, що використовується органами місцевого самоврядування при формуванні інформаційно-аналітичних матеріалів з питань комунального майна.

Належне аналітичне забезпечення дозволить постійно проводити моніторинг усіх об'єктів, що перебувають у комунальній власності, які використовуються та тих, які не використовуються, з'ясувати причини не використання та моніторити використання орендодавцями об'єктів з позиції їх цільового використання. Також інформатизація управління комунальним майном дозволить територіальним громадам облікувати об'єкти, що перебувають у незадовільному стані, та на основі використання інструментарію прогнозування обирати найоптимальніший інструмент управління об'єктом комунальної власності з позиції максимальної ефективності. Вагоме місце в цьому процесі має бути відведено інвентаризації та формуванню публічного реєстру майна, яке громада може передати в оренду, продати, приватизувати, тощо. Результатом проробленої роботи має стати підвищення ефективності використання комунального майна та аллокація додаткових надходжень до місцевого бюджету.

Висновки. Таким чином, прийняття управлінських рішень щодо об'єктів комунальної власності у сучасних умовах потребує належного аналітичного забезпечення. Суб'єкти управління комунальним майном на основі аналітичних даних зможуть об'єктивно оцінити стан відповідних об'єктів, а застосування інструментарію управління та сучасних технологій дозволить забезпечити ефективно їх використання.

Список використаних джерел:

1. Конституція України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 10.07.2023)
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. Офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 2003. № 40-44. 356 с.
3. Про передачу об'єктів права державної та комунальної власності: Закон України від 3.03.1998р. № 147/98. *Відомості Верховної Ради України*. 1998. № 34. Ст. 228.
4. Земельний кодекс України від 25.10. 2001 р. № 2768-III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> (дата звернення: 10.07.2023).
5. Про передачу, примусове відчуження або вилучення майна в умовах правового режиму воєнного чи надзвичайного стану: Закон України від 17.05.2012 р. № 4765-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4765-17#Text> (дата звернення: 02.08.2023).

6. Про внесення змін до деяких законів України щодо оптимізації деяких питань примусового відчуження та вилучення майна в умовах правового режиму воєнного стану: Закон України від 15.08.2022 р. № 7605. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/40137> (дата звернення: 15.07.2023)

7. Про особливості оренди державного та комунального майна у період воєнного стану: Постанова Кабінету Міністрів України від 27.05.2022 р. № 634. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/634-2022-%D0%BF#Text>. (дата звернення: 03.07.2023)

8. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 № 280/97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 21.07.2023)

9. Опитування щодо проблемних питань управління майном комунальної власності територіальних громад. *Всеукраїнська асоціація ОТГ*. URL: <https://hromady.org/opituvannya-shhodo-problemnix-pitan-upravlinnya-majnom-komunalno%D1%97-vlasnosti-teritorialnix-gromad> (дата звернення: 29.07.2023)

References:

1. Konstitutsiia Ukrainy. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-vr> (accessed 10 July 2023).
2. Civil Code Ukraine. (2003, January 16). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*. Kyiv: Parlam. vyd-vo. (in Ukrainian)
3. On the transfer of objects of state and communal ownership: Law of Ukraine № 147/98. (1998, March 3). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*. Kyiv: Parlam. vyd-vo. (in Ukrainian)
4. Land Code Ukraine. (2001, October 25). Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2768-14> (accessed 10 July 2023).
5. On the transfer, forced alienation or confiscation of property under the legal regime of martial law or state of emergency: Law of Ukraine dated 05/17/2012 No. 4765-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4765-17#Text> (accessed 08 February 2023).
6. On amendments to some laws of Ukraine regarding the optimization of some issues of forced alienation and confiscation of property in the conditions of the legal regime of martial law: Law of Ukraine № 7605 (2022, August 15). Available at: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/Card/40137> (accessed 15 July 2023).
7. On the peculiarities of leasing state and communal property during martial law: Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine № 634. (2002, May 27). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/634-2022-%D0%BF#Text> (accessed 3 July 2023).
8. About local self-government in Ukraine: Law of Ukraine № 280/97 (1997, May 21.05.1997 no Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80> (accessed 21 July 2023).
9. Survey on problematic issues of property management of communal property of territorial communities. All-Ukrainian Association of OTG. Available at: <https://hromady.org/opituvannya-shhodo-problemnix-pitan-upravlinnya-majnom-komunalno%D1%97-vlasnosti-teritorialnix-gromad> (accessed 29 July 2023).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 331.103

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-4>**Божидай І.І.**кандидат економічних наук,
Державний біотехнологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2227-219X>**Устіловська А.С.**доктор філософії з економіки,
Державний університет інфраструктури та технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9297-7614>**Bozhydai Iryna**

State Biotechnological University

Ustilovska Anastasiia

State University of Infrastructure and Technologies

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА БУДІВЕЛЬНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Проблема управління персоналом підприємств завжди займала вагомое та актуальне значення як серед дослідників-науковців, так і серед керівників-практиків. Така популярність обумовлена важливістю, перш за все, персоналу в діяльності будь-якого суб'єкта підприємницької діяльності. Окрім того, теорія та практика управління зазнає суттєвих змін як під впливом зовнішніх викликів – пандемія, діджиталізація, поява штучного інтелекту, так і внаслідок значних диспропорцій між досягненнями західних дослідників та практиками управління в міжнародних компаніях і реаліями систем менеджменту вітчизняних підприємств. Це потребує дослідження та імплементації кращих практик та інструментів управління персоналом в діяльність вітчизняних будівельних підприємств. Будівельна галузь має стійку тенденцію до збільшення потреби у кваліфікованих кадрах. Так, останні 20 років характеризуються зміною структури кадрів на підприємствах. За сьогоднішніх умов під впливом науково-технічного розвитку через підвищення рівня оснащення комп'ютеризованими виробничими машинами та лініями, автоматизації логістичних та виробничих комплексів, що вимагають від працівників сформованих навичок та умінь.

Ключові слова: персонал, менеджмент, управління персоналом, стратегічне управління, будівельне підприємство.

IMPROVEMENT OF THE STRATEGIC PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM AT A CONSTRUCTION ENTERPRISE

In the modern world, personnel management plays a very important role in the development of society, since the management of the organization as a whole depends on the correct approach to management. With the help of staff, managers achieve their goals and objectives, using the work, intelligence and motives of other people's behavior. Personnel management is decisive in the efficiency of economic activity in the labor market. The competitiveness of the enterprise is always related to the people who work at the enterprise. The problem of personnel management of enterprises has always had a significant and urgent importance both among researchers-scientists and among managers-practitioners. Such popularity is due to the importance, first of all, of personnel in the activities of any business entity. In addition, the theory and practice of management is undergoing significant changes both under the influence of external challenges – the pandemic, digitalization, the emergence of artificial intelligence, and as a result of significant disparities between the achievements of Western researchers and management practices in international companies and the realities of management systems of domestic enterprises. This requires research and implementation of best practices and personnel management tools in the activities of domestic construction enterprises. The construction industry has a steady tendency to increase the need for qualified personnel. Yes, the last 20 years have been characterized by a change in the personnel structure at enterprises. Under today's conditions, under the influence of scientific and technical development due to the increase in the level of equipment with computerized production machines and lines, automation of logistics and production complexes, which require employees to have developed skills and abilities. Construction, in all its "sections", is a direct reflection of the state and level of development of the economy of any state. This sphere of management characterizes the nation's culture and aspirations for economic growth. Qualitative and quantitative indicators of the construction sphere of the state and private sectors of the economy largely depend on the level of qualification of construction personnel and on the technical equipment of its subjects.

Keywords: personnel, management, personnel management, strategic management, construction enterprise.

JEL classification: J21, O15, L74

Постановка проблеми. Економічні відносини суб'єктів господарювання постійно піддаються змінам та різного роду перетворенням, так як персонал є однією з ключових складових підприємства, управління трудовою поведінкою перманентно перебуває у процесі трансформацій. Управління персоналом займає провідне місце у системі управління підприємством, характеризується складністю, системністю та динамічністю, що потребує постійних пошуків найбільш оптимальних, сучасних, інноваційних рішень в розрізі наукових пошуків оптимізації практичної діяльності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед дослідників в сфері управління персоналом та кадровим потенціалом підприємств, роботи яких стали основою дослідження, слід відмітити Галич О.А. [3], Вакуленко Ю.В. [3], Терещенко І.О. [3], Крутько Т.В. [3], Сардак С.Е. [4], Третьяк О.О. [4], Рульєв В.А. [6], Гуткевич С.О. [6], Мостянська Т.Л., Смачило В.В. [7]. Праці представлених науковців присвячені проблематиці управління людиною в процесі праці, аналізу та особливостям управління персоналом в сфері будівництва.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не дивлячись на значний обсяг наукових напрацювань закордонними і вітчизняними науковцями, враховуючи, значний рівень структуризації, систематизації та диференціації процесів управління персоналом в аспекті управління підприємством, потребують доопрацювання певні теоретико-методичні аспекти управління персоналом на прикладі будівельних підприємств.

Мета статті: дослідження основних теоретико-практичних засад системи управління персоналом на підприємстві та визначення методики оцінювання конкурентоспроможності системи стратегічного управління персоналом підприємства на прикладі будівельного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління персоналом в сучасних умовах господарювання – це одна з фундаментальних функцій управління підприємств, яка націлена на підвищення їх ефективності. Так як управління персоналом є систематизованою та цілеспрямованою функцією, що забезпечує розвиток підприємств, поряд з цим можна вказати на його безпосереднє спрямування на робітників задля задоволення потреб підприємства.

Управління займає найвищу ланку у результативності та ефективності роботи підприємства. Безпомилково застосована мотивація гарантує зростання продуктивності праці. Однак продуктивність праці не завжди може дозволити працівникам отримати задоволення роботою.

Серед сучасних головних завдань керівництва можна виділити управління мотивацією працівників. Управління мотивацією передбачає запровадження механізму, який дає змогу спонукати робітника до більш інтелектуальної та творчої роботи і корелює інтереси підприємства з інтересами персоналу. Наслідком проведення мотиваційного механізму, як правило, є створення спонукань працівників до ефективної цілеспрямованої діяльності задля досягнення цілей підприємства, трудового колективу та задоволення власних потреб.

Мотивація персоналу є основою успіху функціонування системи якості персоналу підприємства. Задля

досягнення підвищення ефективності діяльності підприємства дієвим важелем є безпосередня матеріальна та нематеріальна мотивація персоналу. Основна мета управління персоналом полягає в тому, щоб домогтися ототожнення індивідуальних цілей кожного працівника з цілями організації. У цьому випадку буде максимально повно виконуватися один з принципів – принцип залучення персоналу. Принцип «залучення» застосовується, коли керівництво вважає необхідним, щоб потенційний працівник склав «кардинальну розмаїтість» у вже функціонуючій команді [1].

АТ «Трест Житлобуд-1» реалізовує у своїй діяльності елементи системи заохочення та мотивації власних працівників [2].

Принципи заохочення (мотивація) працівників на підприємстві відображено у колективному договорі АТ «Трест Житлобуд-1», який передбачає широке коло додаткових пільг та гарантій.

На підприємстві запроваджується стимулювання за високі колективні результати праці працівників, у залежності від їх індивідуального внеску в досягнення цих результатів, удосконалюється колективна форма організації і оплати праці працівників підрозділів за кінцеві результати праці.

Колектив кожного підрозділу несе повну відповідальність за результати його виробничо-господарської діяльності. Склад показників, які використовують для оцінки діяльності виробничих структурних підрозділів, обумовлено планами та відповідними стандартами і положеннями, які діють на підприємстві у відповідності з колективним договором.

Оплата праці працівників підприємства ґрунтується на окладах та тарифних ставках, встановлених на підприємстві, відповідно до чинного законодавства України.

Колективним договором передбачені наступні грошові заохочення:

- виплата одноразової матеріальної допомоги на оздоровлення працівникам, у випадку фінансових труднощів;
- преміювання робітників до ювілейних дат та за бездоганну багаторічну працю;
- преміювання робітників з нагоди професійного свята;
- надається матеріальна допомога на придбання ліків робітникам, які перебували на лікарняному листі;
- надається матеріальна допомога на поховання робітників підприємства та членів їх родин;

Крім того, Положенням про преміювання АТ «Трест Житлобуд-1» за збільшення обсягу робіт та підвищення виробничих показників передбачено преміювання робітників згідно клопотань начальників підрозділів.

Робітникам АТ «Трест Житлобуд-1», які потребують на житло надається гуртожиток.

Навчання та освіта персоналу. Навчання кадрів – пріоритетна частина кадрової політики АТ «Трест Житлобуд-1», що передбачає:

- навчання працівників підприємства з метою їх професійного розвитку у вищих навчальних закладах;
- постійне навчання працівників підприємства всіх робочих спеціальностей в учбово-курсних комбінатах;
- фахівці АТ «Трест Житлобуд-1» постійно беруть участь в різноманітних семінарах, з метою підвищення кваліфікації.

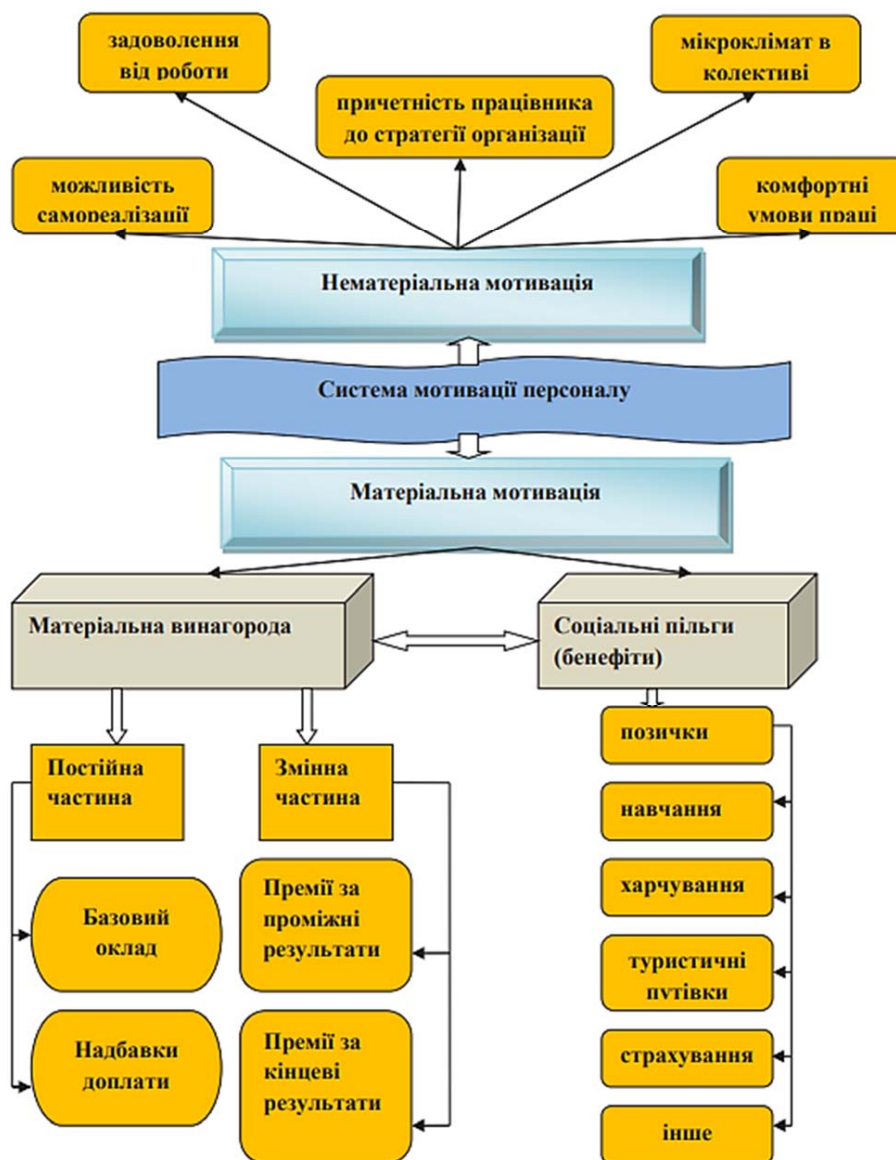


Рис. 1. Система мотивації персоналу

Джерело: [1]

Отже, відповідно до рис. 1 матеріальна винагорода у системі управління персоналом представлена у АТ «Трест Житлобуд-1» у якості елементів постійної та змінної частини, а от система соціальних пільг (бенефітів) не виражена. Тому перспективним напрямом розвитку системи управління персоналу є її розробка та впровадження.

Система розвитку нематеріальної мотивації розглядається як складне соціально-економічне явище. Нематеріальна мотивація спрямована на отримання співробітниками емоційних вигод. Вигоди можуть проявлятися у різних формах, наприклад, підвищення самооцінки, психологічний комфорт, гордість за працю тощо. Цей вид мотивації застосовується на всіх рівнях мотивації персоналу. Найбільш часто його застосовують на рівні мотивації всього колективу організації, тому що дозволяє «сформувати» причетність кожного працівника до організації.

Цікавою є пропозиція вітчизняних науковців [3], щодо формування системи управління персоналом під-

приємства, що побудована на системі збалансованих показників, та обґрунтований її зв'язок з конкурентоспроможністю компанії на ринку. Особливістю якого є формування сукупності показників, з подальшим їх ранжуванням та експертним оцінюванням. Для оцінки показників конкурентоспроможності через призму управління персоналом пропонують проводити за допомогою наступних факторів, але цей перелік не є виключним і в залежності від мети і задач може варіюватись:

- дієвість підсистеми стимулювання та мотивації персоналу;
- дієвість підсистем добору, адаптації та оцінювання персоналу;
- рівень організації та умов праці, розвитку соціальної інфраструктури підприємства;
- рівень соціально-психологічного клімату у колективі;
- рівень корпоративної культури та іміджу;
- розвиненість підсистеми професійного навчання, просування та розвитку персоналу;

– розвиненість підсистеми планування та маркетингу персоналу.

Оцінювання зазначених факторів пропонується проводити для визначення поточного та перспективного чи прогнозованого положення поелементно. Значущість факторів визначаємо за допомогою анкетування експертів у відповідності оцінювання за 100-бальною шкалою, та їх значущість (у сукупності повинна дорівнювати 1). А загальне значення визначаємо як суму добутків коефіцієнтів вагомості та їх факторів (табл. 1, рис. 2).

Автори [3] пропонують наступну шкалу оцінки конкурентоспроможності системи управління персоналом:

- 0–40 балів – низька;
- 41–80 балів – середня;

– 81–100 балів – висока.

Таким чином, маємо, що конкурентоспроможності системи стратегічного управління персоналом підприємства АТ «Трест Житлобуд-1» оцінюємо наразі на середньому рівні (коефіцієнт = 78,65).

Графічне відображення складових елементів конкурентоспроможності системи стратегічного управління персоналом АТ «Трест Житлобуд-1» дозволяє наглядно виділити поелементно вектори розвитку (за пунктами 4 та 6). І специфікою є поетапне поліпшення складових, задля досягнення визначених перспективних значень та не розпорошування уваги.

Задля підвищення його рівня та відповідно показника необхідно приділити особливу увагу тим його складовим, які мають найбільший показник вагомості: дієвості підсистеми стимулювання та мотивації персо-

Таблиця 1

Методика оцінювання конкурентоспроможності системи стратегічного управління персоналом підприємства (експертний метод)

№ з/п	Фактори	Вага фактору	Φ_k^i		$a_i \times \Phi_k^i$	
			П	П*	П	П*
1	Дієвість підсистеми стимулювання та мотивації персоналу	0,20	75	80	15,00	16,00
2	Дієвість підсистем добору, адаптації та оцінювання персоналу	0,16	70	70	11,20	11,20
3	Рівень організації та умов праці, розвитку соціальної інфраструктури підприємства	0,14	80	85	11,20	11,20
4	Рівень соціально-психологічного клімату у колективі	0,10	70	85	7,00	8,50
5	Рівень корпоративної культури та іміджу підприємства	0,10	80	80	8,00	8,00
6	Розвиненість підсистеми професійного навчання, просування та розвитку персоналу	0,19	60	75	11,40	14,25
7	Розвиненість підсистеми планування та маркетингу персоналу	0,11	75	80	8,25	8,80
Конкурентоспроможність системи стратегічного управління персоналом		1	-	-	72,05	78,65

Джерело: розраховано авторами

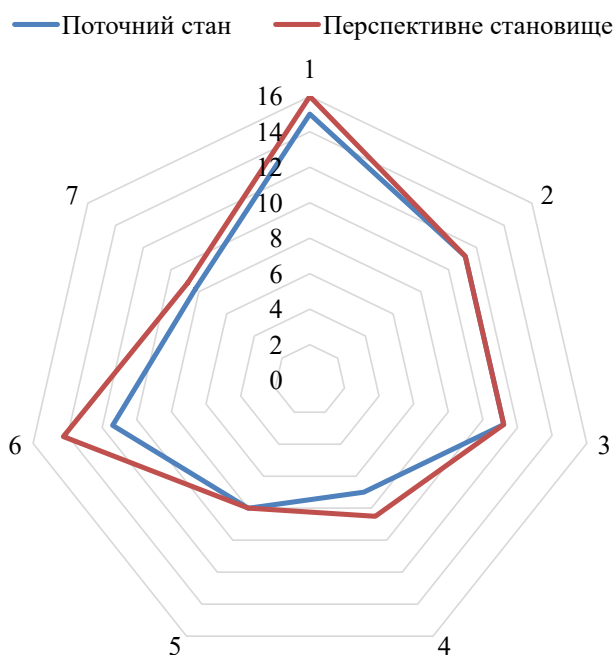


Рис. 2. Конкурентоспроможність системи стратегічного управління персоналом АТ «Трест Житлобуд-1»

Джерело: побудовано авторами

налу (вага фактору – 0,2) та розвиненості підсистеми професійного навчання, просування та розвитку персоналу (вага фактору – 0,19).

Слід зацентувати увагу, що мотивація персоналу АТ «Трест Житлобуд-1» за двома методами аналізу, тому даному напряму керівництво підприємство повинно особливо приділити пильну увагу.

Отже, в умовах високого рівня конкуренції підвищується значимість вибору стратегічних пріоритетів розвитку підприємства. Розробка стратегічної системи управління персоналом та визначення її конкурентних переваг дає можливість для утримання власної позиції на ринку праці, підвищення конкурентоспроможності підприємства та його іміджу як роботодавця. Визначення поточного та прогнозованого стану конкурентоспроможності системи стратегічного управління персоналом дозволяють оцінити ефективність системи та виявити слабкі місця, розробити ефективну кадрову стратегію [3].

Висновки. Досліджено основні принципи та засади діяльності АТ «Трест Житлобуд-1», проведений аналіз зовнішнього та внутрішнього середовищ його функціонування (SWOT-аналіз), проведено аналіз будівельного ринку України, встановлені його основні тенденції.

Проведений ґрунтовний аналіз оплати праці та продуктивності праці персоналу АТ «Трест Житлобуд-1». Обґрунтовано, що зниження продуктивності праці спричинено перевищенням темпів приросту кількості працівників над приростом обсягів виробництва. Проаналізована середня заробітна плата України по галузям та АТ «Трест Житлобуд-1».

Визначено, що наразі будівельна галузь характеризується недостатньою кількістю висококваліфікованих працівників, що і обумовлює необхідність подальшого розвитку системи управління персоналом на підприємствах даної галузі.

Визначені пріоритетні вектори розвитку системи управління персоналом АТ «Трест Житлобуд-1».

Список використаних джерел:

1. Устіловська А.С. Мотивація персоналу як один з основних інструментів успішного управління персоналом. *Молодий вчений*. 2017. № 4.4. С. 112–114.
2. Офіційний сайт трест «Житлобуд-1». URL: <https://gs1.com.ua/> (дата звернення: 01.06.2023).
3. Галич О.А., Вакулєнко Ю.В., Терешенко І.О., Крутько Т.В. Стратегічне управління персоналом як фактор зростання конкурентоспроможності підприємства. *Агросвіт*. 2019. № 6. С. 27–32.
4. Сардак С.Е., Третяк О.О. Управління персоналом: теоретичні аспекти та практичні здобутки : монографія. Дніпропетровськ : Видавництво «Інновація», 2009. 157 с.
5. Устіловська А.С., Халіна В.Ю., Колмакова О.М., Божидай І.І. Теоретичні засади персонал-технологій як інноваційний аспект управління персоналом на підприємстві. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2022. Випуск № 2(2). С. 315–326.
6. Рудьєв В.А., Гуткевич С.О., Мостянська Т.Л. Управління персоналом : навч. посібн. Київ : Кондор, 2013. 310 с.
7. Смачило В.В. Новітня парадигма та методологічні засади управління кадровим потенціалом підприємств транспорту : монографія. Харків : ФОП Панов А.М., 2019. 390 с.

References:

1. Ustilovska, A.S. (2017). Motyvatsiya personalu yak odyin z osnovnykh instrumentiv uspishnoho upravlinnya personalom [Personnel motivation as one of the main tools of successful personnel management]. *Molodyy vchenyy*, vol. 4.4, pp. 112–114. [in Ukrainian]
2. Ofitsiyniy sait trest «Zhytlobud-1» [Official site of the "Zhytlobud-1" trust]. Available at: <https://gs1.com.ua/> (accessed 01 June 2023).
3. Halych, O.A., Vakulenko, YU.V., Tereshchenko, I.O., & Krutko, T.V. (2019). Stratehichne upravlinnya personalom yak faktor zrostannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva [Strategic personnel management as a factor in increasing the competitiveness of the enterprise]. *Ahrosvit*, vol. 6, pp. 27–32. [in Ukrainian]
4. Sardak, S.E. & Tretiak, O.O. (2009). Upravlinnya personalom: teoretychni aspekty ta praktychni zdobutky: monohrafiia [Personnel management: theoretical aspects and practical achievements]. Dnipropetrovsk: Vydavnytstvo «Innovatsiya». [in Ukrainian]
5. Ustilovska, A.S., Khalina, V.YU., Kolmakova, O.M. & Bozhyday, I.I. (2022) Teoretychni zasady personal-tekhnolohiy yak innovatsiynyy aspekt upravlinnya personalom na pidpryyemstvi [Theoretical foundations of personnel technologies as an innovative aspect of personnel management at the enterprise]. *Aktualni pytannya u suchasnyy nauky*, vol. 2(2), pp. 315–326. [in Ukrainian]
6. Rulyev, V.A., Hutkevych, S.O., & Mostyanska, T.L. (2013) Upravlinnya personalom: navch. posibn. [Personnel management]. Kyiv: Kondor. [in Ukrainian]
7. Smachylo, V.V. (2019) Novitnya paradyhma ta metodolohichni zasady upravlinnya kadrovym potentsialom pidpryyemstv transport: monohrafiia [The latest paradigm and methodological principles of managing the personnel potential of transport enterprises]. Kharkiv: FOP Panov A.M.

УДК 339.137.22

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-5>**Гросул В.А.**

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки та бізнесу,
Державний біотехнологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2019-3853>

Шинкаренко І.А.

аспірант кафедри економіки та бізнесу,
Державний біотехнологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0289-3239>

Hrosul Viktoriia, Shinkarenko Ivan
State Biotechnological University

УПРАВЛІННЯ ОНЛАЙН-ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧА ЯК ОБ'ЄКТИВНА УМОВА АДАПТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Інтеграція України у світову економічну систему та актуалізує питання адаптивного розвитку кожного суб'єкта господарювання всіх сфер діяльності, серед яких переважну роль відіграють підприємства торгівлі. В умовах інформаційного суспільства, мережа Інтернет перетворюється з каналу комунікацій на середовище перебування та взаємодії споживачів. Знання про рівень лояльності споживачів, детермінантів які визначають споживчий вибір, мають ключове значення для визначення перспектив та можливостей розвитку, оскільки дозволяють сформулювати теоретичний базис для визначення певних важелів адаптаційного впливу і розуміння того, яким чином можна підвищувати споживчу лояльність для досягнення бажаного стану підприємства торгівлі. Мистецтво управління адаптивним розвитком підприємства торгівлі в сучасних умовах полягає у гармонізації бізнесу із цифровими трансформаціями. Керівництво підприємства торгівлі має адекватно оцінити потенціал адаптивного розвитку щодо можливостей підвищення рівня онлайн-лояльності споживачів. В перебігу дослідження визначено сутність цифрової трансформації бізнесу та відзначено необхідність відповідної адаптації бізнес-процесів відповідно до вимог та потреб сучасного споживача у реалізації процесів адаптації підприємства торгівлі до сучасних трансформацій. Розроблено модель циркуляційної моделі адаптації діяльності підприємства відповідно вимог та запитів споживача. Сформовано систему чинників, які впливають на формування онлайн-лояльності споживача. Запропонований підхід до управління онлайн-лояльністю споживачів, який дозволяє не тільки визначити напрям адаптивного розвитку підприємства торгівлі, а й створює можливість здійснювати комплексну аналітику ціннісної пропозиції (товарної, цінової та комунікаційної політик, юзабіліті сайту та персоналу), оптимізувати споживчі зусилля щодо: збору інформації про товар, вибір, оформлення та доставки товару і його споживання, що сприятиме формуванню позитивного споживчого досвіду, підвищенню довіри до підприємства торгівлі та рівня задоволеності купівлею.

Ключові слова: адаптація, адаптивний розвиток, підприємство торгівлі, цифровізація, циркуляційна модель, онлайн-лояльність, споживач, ціннісна пропозиція, споживчий досвід.

MANAGEMENT OF ONLINE CONSUMER LOYALTY AS AN OBJECTIVE CONDITION FOR ADAPTIVE DEVELOPMENT OF A TRADE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF DIGITALISATION

Ukraine's integration into the global economic system raises the issue of adaptive development of each business entity in all areas of activity, among which trade enterprises play a predominant role. In the information society, the Internet is transforming from a communication channel into an environment for consumers to stay and interact. Knowledge of the level of consumer loyalty and the determinants of consumer choice is key to determining the prospects and opportunities for development, as it allows forming a theoretical basis for determining certain levers of adaptation and understanding how to increase consumer loyalty to achieve the desired state of the trade enterprise. The art of managing the adaptive development of a trade enterprise in modern conditions is to harmonise business with digital transformations. The management of a trade enterprise should adequately assess the potential of adaptive development in terms of opportunities to increase the level of online consumer loyalty. The study defines the essence of digital business transformation and notes the need for appropriate adaptation of business processes in accordance with the requirements and needs of modern consumers in the implementation of processes of adaptation of a trade enterprise to modern transformations. The article develops a circular model of adaptation of enterprise activity in accordance with the requirements and requests of the consumer, the main stages of which are as follows: analysis of the actual state of a trade enterprise → formation of a development strategy and development of alternative plans (optimistic, realistic and optimistic) → design of a new generation operational business model → changes and adaptation of business processes. A system of factors influencing the formation of online consumer loyalty has been formed as a basis for the formation of a successful adaptation strategy for enterprise development and building adaptive models of enterprise behaviour in the market. An approach to managing online consumer loyalty is proposed, which allows not only to determine the direction of adaptive development of a trade enterprise, but also creates an opportunity to carry out a comprehensive analysis of the value proposition (product, pricing and communication policies, website and staff usability), optimise

consumer efforts in terms of: collecting information about the product, selecting, processing and delivering the product and its consumption, which will contribute to the formation of a positive consumer experience, increase trust in the retailer and the level of customer satisfaction.

Keywords: adaptation, adaptive development, retailer, digitalisation, circular model, online loyalty, consumer, value proposition, consumer experience.

JEL classification: F43, L86, M31

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку соціально- економічного розвитку України достатньо стрімкими темпами розвиваються цифрові технології, які проникають у всі суспільного життя. Завдяки швидкому розвитку інформаційних та комунікаційних технологій відбуваються значні зміни в організації діяльності і суб'єктів господарювання. Інформаційне поле, створене цифровими технологіями, не має певних меж та постійно розширюється.

Цифрові технології забезпечують формування цифрового простору адаптивного розвитку підприємств роздрібною торгівлі, в якому значно знижуються поточні витрати всього ланцюжку створення та просуванні цінності споживачу. Проблема адаптивного розвитку в умовах цифрової економіки набуває принципового значення через інтенсифікацію процесів концентрації торгових об'єктів, появи нових інформаційних та комунікаційних технологій, створення нових бізнес-моделей застосування Інтернету в діяльності підприємств роздрібною торгівлі, модифікує форми та види конкурентної боротьби. В даних умовах, достатньо гостро постає питання цифровізації мережі бізнес-процесів, шляхом удосконалення та активного впровадження існуючих та створення нових інформаційних систем.

Стрімкий розвиток Інтернет-технологій сприяв активному широкому використанню підприємствами роздрібною торгівлі цифрових інструментів, як додаткового способу залучення споживачів з метою збільшення доходів. Здатність вимірювати рівень задоволеності споживачів має важливе значення для оцінки успіху реалізації програм цифрової адаптації.

З метою визначення і розуміння цінності своїх існуючих та потенційних споживачів, вивчення мотиваційних факторів прийняття рішень про купівлю товарів, формування емоційної прихильності до підприємства актуалізується питання формування системи специфічних індикаторів оцінки критеріїв, які створюють можливість комплексно оцінити цифрову адаптивність взаємин із споживачами, виявити фактори, що забезпечують підвищення рівня лояльності споживачів по відношенню до підприємства, що, відповідно, повинно бути враховано при розробці стратегії адаптаційного розвитку підприємства торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання управління лояльністю споживачів достатньо є об'єктом наукових досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід відзначити наукові розробки: Березовської В. [1], Гурджиян К. [3], Кузьминчук Н., Куценко Т., Терованесової О. [4], Петриченко П. [5], Пищуліної О. [6], Руденко А. [7], Смерічевського С., Нагієвої А. [8], Соболевої-Терещенко О., Жарнікової В. [9], Филипенко О., Синициної Г. [10], Абдул-Мухмін А. [11], Пйотр З. [12], Шаупп С. [13], Шиманскі Д., Хайз Р. [14], Валві К. [15] та інших. Разом із тим, вивчення опублікованих наукових праць з питань управління онлайн-лояльністю у контексті адаптивного розвитку підприємств торгівлі свідчить,

що існуючі дослідження лише фрагментарно враховують специфічні для підприємств торгівлі чинники формування лояльності споживачів, недооцінка значущості більшості з яких, є перешкодою для проектування операційних бізнес-моделей нового покоління та своєчасного прийняття відповідних управлінських рішень. Вирішення проблем формування ефективної стратегії адаптивного розвитку підприємств торгівлі в умовах цифровізації можливо лише при фокусуванні уваги на споживача, його споживчих потребах, вимогах до товару, мотивах покупки, що актуалізує питання ідентифікації та дослідження чинників, які впливають на формування онлайн-лояльності споживача.

Мета статті полягає в обґрунтуванні теоретичних аспектів управління онлайн-лояльністю споживачів, ідентифікації основних чинників, які впливають на її формування в контексті адаптивного розвитку підприємств торгівлі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні вся світова економіка розвивається у бік цифровізації великими темпами. Швидкість всіх бізнес-процесів збільшується у геометричній прогресії. Розглядаючи ключові аспекти цифрової економіки та її розвитку, можна дійти висновку, що швидкість передачі інформації між учасниками ринку відіграє ключову роль, починаючи від передачі бухгалтерських документів та платежів до логістичних процесів. За рахунок інтеграції цифрових систем у бізнес-процеси скорочується час доставки продукції до споживача та постачання продукції від виробника до торгової точки. Безперечно, що «...цифрові технології спричиняють інновації в бізнесі, прискорюють передачу знань і забезпечують досягнення стійкого економічного розвитку за рахунок підвищення продуктивності всередині підприємства» [10, с. 44]. Основні сегменти цифрової економіки наведено на рис. 1.

Цифрова трансформація – це постійний процес перетворення всієї екосистеми підприємства, включаючи співпрацю всіх асоційованих суб'єктів, які залучені до ланцюжку створення цінності: постачальників, споживачів, партнерів, персоналу, що спирається на передові технології ведення бізнесу, спрямований або на оптимізацію існуючої бізнес-моделі та адаптації бізнес-процесів відповідно до цифрових «викликів» з метою отримання додаткових джерел прибутку, або на заміну своєї бізнес-моделі на більш досконалу. Правильне розуміння трендів та їх значення для підприємства дозволяє адаптувати бізнес-процеси, підвищити стійкість бізнесу та отримати фінансову вигоду у короткостроковій перспективі.

Роздрібна торгівля не є виключенням, оскільки встигати стежити за споживчими запитами критично важливо для адаптаційного розвитку, оскільки поведінка споживачів швидко змінюється. Під впливом нових цифрових можливостей і технологій формуються нові засоби комунікації із споживачем, активізуються дії конкурентів, змінюються мотиви та споживча поведінка споживача.



Рис. 1. Сегменти цифрової економіки

Джерело: складено авторами за [6]

Ключовим аспектом формування стратегії адапційного розвитку є врахування зміна вимог, запитів та мотивів споживача. Зміна споживчої поведінки призводить до необхідності зміни підходів до просування ціннісної пропозиції до споживача, що, відповідним чином, трансформує організацію торговельної діяльності та процеси, змушує переглянути підходи до створення споживчої цінності.

Своєю чергою, створення нового рівня цінності здійснюється при активній взаємодії підприємства торгівлі з споживачами та можливо шляхом розробки та імплементації операційних бізнес-моделей нового покоління. Ці моделі являють собою способи управління підприємствами торгівлі шляхом впровадження цифрових технологій з їх операційним потенціалом в інтегрованій та логічно-послідовний спосіб досягнення покрокових покращень у сферах доходів, взаємин з споживачем та мінімізації витрат. Створення бізнес-моделей нового покоління ґрунтується на результатах комплексної аналітики діяльності підприємства торгівлі, за результатами якої визначаються можливі резерви оптимізації потенціалу, розробляється плани для стратегічного розвитку підприємства. Ураховуючи, що неможливо розробити раз та назавжди унікальну бізнес-модель, відповідно змін зовнішнього середовища здійснюється її зміна та відповідна адаптація.

Таким чином, можна стверджувати, що для збереження присутності підприємства на споживчому ринку та розвитку необхідна послідовна та систематична реалізація основних етапів: аналітика фактичного стану підприємства торгівлі → формування стратегії розвитку та розробка альтернативних планів (оптимістичного, реалістичного та оптимістичного) → проектування операційної бізнес-моделі нового покоління → зміни та адаптація бізнес-процесів. Дана модель представлена на рис. 2.

Приймаючи рішення щодо переходу на цифрові технології, ретейлери визначають, як вони можуть використовувати нові технології, щоб знайти нові способи збільшення доходів та створення інновацій-

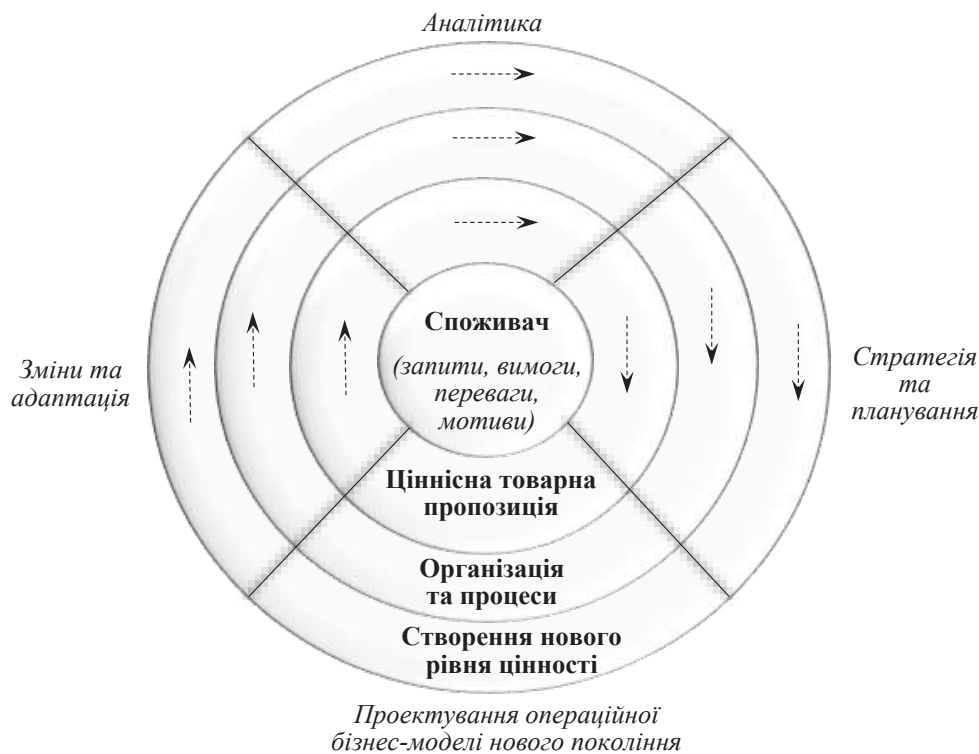


Рис. 2. Циркуляційна модель адаптації діяльності підприємства відповідно вимог та запитів споживача

Джерело: авторська розробка

них бізнес-моделей. До ключових драйверів цифрової трансформації у роздрібній торгівлі відносять:

- зміну моделі поведінки сучасного споживача, який стає все більш орієнтованим на використання цифрових технологій при купівлі товарів;

- фактичне зникнення меж між цифровим та фізичним досвідом покупок, що вже існує у свідомості споживача та стає ще більш забезпеченим Інтернетом речей та імерсійним досвідом у віртуальній та доповненій реальності. Приймаючи до уваги, що «...імерсія – це особливий стан свідомості, який супроводжується відчуттям глибокого занурення в реальність [2, с. 267]. Імерсійний досвід сучасного споживача формується завдяки інноваційним технологіям, що впливають на його аналізатори. Сучасний споживач стає більш обізнаним та вимагає максимального ефекту та віддачі від витрачених на товар коштів. Це, відповідно, призводить до необхідності адаптації підсистем та процесів управління в підприємствах роздрібної торгівлі;

- проблеми швидкості, часу та прозорості на рівні логістичних ланцюжків постачань, які справді мають вирішальне значення та досить часто виявляються неочікуваними;

- конкуренція з боку цифрового обслуговування споживачів та зростання конкурентного тиску;

- невизначеність зовнішнього середовища.

В даних умовах лояльність є важливим комерційним атрибутом адаптаційних процесів будь-якого підприємства роздрібної торгівлі, оскільки дозволяє сформувати якісну ціннісну пропозицію на основі вимірювання рівня задоволеності споживачів, а також забезпечує тривалість і постійну взаємодію з ним. Дану позицію підтверджують чисельні результати досліджень [1; 3; 5; 7–9], за результатами яких була виявлена стійка закономірність – лідируюче положення займають ті підприємства, що мають в розпорядженні стійку споживчу базу, яка фахівцями називається «ефектом лояльності» [1].

Знання про рівень лояльності споживачів, детермінантів які визначають споживчий вибір, забезпечує наявність певних важелів адаптаційного впливу і розуміння того, яким чином можна підвищувати споживчу лояльність для досягнення бажаного стану підприємства торгівлі. Саме тому, позиція авторів зводиться до необхідності спрямування особливих зусиль на побудову стійкого комунікаційного digital-зв'язку із споживачем, оскільки дослідження та оцінка факторів, що формують онлайн-лояльність, є основою розробки успішної стратегії адаптаційного розвитку підприємства і побудови бізнес-моделі його адаптаційної поведінки на споживчому ринку.

Концепція онлайн-лояльності розширює традиційне розуміння лояльності. На наш погляд, під онлайн-лояльністю слід розуміти позитивне ставлення споживача до підприємства роздрібної торгівлі, що визначає його бажання підтримувати довгострокову взаємодію і здійснювати повторні покупки.

Приймаючи до уваги необхідність визначення напрямків адаптаційного розвитку підприємства торгівлі в умовах цифровізації, постає питання оцінки онлайн-лояльності споживачів. Разом з тим, вивчення сучасної наукової літератури свідчить про достатньо поширену позицію вчених, відповідно якої поняття «лояльність» і «задоволеність» розглядаються як сино-

німи, вказуючи, що висока задоволеність забезпечує лояльне відношення споживачів до підприємства роздрібної торгівлі.

Так, К. Шаупп і Ф. Беланджер виділяють три групи чинників, що формують задоволеність споживача: технологічні, торгівельні та чинники товару [13, с. 97]. Торгівельні чинники фокусуються на почуттях сприйняття товару споживачем та зручності його придбання. Чинники товару відносяться до його споживчих якостей. Технологічні чинники, відповідно погляду вчених, пов'язані з сприйняттям споживачем їх взаємодії з підприємством роздрібної торгівлі (в контексті цифровізації – з веб-сайтом підприємства) та інтегрують безпеку платежів, конфіденційність та зручність використання сайту. Проте, у цій факторній моделі відсутні такі елементи, як: взаємодія (комунікації) із споживачами, а також досвід попередніх контактів.

Заслужує на увагу позиція Д. Шиманського і Р. Хайса, які запропонували концептуальну модель задоволеності споживача та виділили чотири фактори для її оцінки: зручність, мерчендайзинг, що включає пропозицію товару та інформацію про нього, дизайн сайту, фі нансову безпеку [14, с. 311]. Частково погоджуючись з позицією вчених вважаємо, що не зовсім коректним є виділення чинника «мерчендайзинг» для оцінки онлайн задоволеності споживачів, який більше застосовується для оцінки ефективності традиційної офлайн торгівлі.

Відповідно погляду А. Абдул-Мухміна для вимірювання рівня задоволеності споживачів повинні бути використані такі змінні: онлайн-ціна на товар, час постачання, вартість постачання, онлайн-якість товару, рівень онлайн- обслуговування, альтернативні варіанти онлайн-оплати, безпека онлайн-платежів, загальне задоволення попередньою онлайн-купівлею [11, с. 6]. Безумовно, пропонувані вченим змінні дозволяють достатньо комплексно оцінити рівень онлайн-задоволеності споживача, проте, потребують додаткового додання таких змінних, як: задоволеність асортиментом пропонованих товарів і комунікації із споживачем.

Разом з тим, висока задоволеність споживачів не завжди свідчить про їх високу лояльність. Ряд проведених досліджень в даній області показав, що покупець може бути повністю задоволений покупкою товару, але при певних обставинах (фактор зручності, знижка на першу покупку, тимчасова недоступність альтернатив) може «перейти» до підприємства-конкурента. Інша точка зору припускає, що задоволеність покупців є одним із факторів споживчої лояльності.

Лояльність споживачів, як досить доречно відмічається в роботі [4], формується за допомогою позитивної емоції, що викликається товаром чи послугою. Лояльність – це надання переваги споживачем певному виду товару або послуги, яке формується внаслідок узагальнення емоцій, відчуттів і думок стосовно цього товару або послуги [7].

Достатньо глибоке дослідження онлайн-лояльності та факторів, що її визначають, було проведено зарубіжними вченими А. Валві і К. Фрагосом [15, с. 27], які на основі вивчення 217 публікацій по даному напрямку довели, що всі чинники формування онлайн-лояльності можливо згрупувати в три блоки: передпродажні чинники онлайн-лояльності, чинники формування онлайн-

лояльності під час придбання товару та чинники, що формують лояльність після купівлі товару.

Таким чином, проведене дослідження свідчить, що на даний момент відсутнє систематичне представлення чинників, що формують онлайн-лояльність споживачів. Навіть різних підходів свідчить про те, що онлайн-лояльність залишається предметом постійних досліджень, а елементи що її формують, дають можливість дослідникам і фахівцям-практикам зрозуміти численні аспекти, що характеризують онлайн-лояльність та врахувати їх при розробці адаптивної стратегії розвитку підприємства роздрібною торгівлі.

Дослідження та оцінка чинників, що формують е-лояльність, є основою розробки успішної адаптивної стратегії розвитку підприємства і побудови адаптивних моделей поведінки підприємства на ринку. В даному аспекті, слід повністю підтримати погляд З. Піотра, який зазначає, що «...лояльні споживачі вважають, що товарна пропозиція підприємства має певну цінність, на придбання якої вони (споживачі) готові витратити більше грошей та рекомендують іншим придбавати товари цього підприємства» [12, с. 220]. Здійснюючи повторні покупки, лояльні споживачі демонструють намір продовження взаємин з підприємством, що своєю чергою, сприяє зростанню обсягу товарообороту та підвищенню рівня рентабельності підприємства торгівлі.

Таким чином, вважаємо, що лояльність базується на почутті задоволеності споживача від покупки, позитивному досвіді digital-взаємодії, а також довіри, яка виникає в результаті такої взаємодії. Вважаючи на це, модель онлайн-лояльності споживача інтегрує чотири

ключові елементи: задоволеність споживача ціннісною пропозицією підприємства торгівлі; позитивний споживчий досвід, виникає на різних етапах онлайн-покупки; сприймається цінність; довіра споживачів (рис. 3).

Задоволеність являє собою суб'єктивну оцінку споживачем пропонованої підприємством торгівлі ціннісної пропозиції. Вважаємо, що задоволеність споживачів доцільно оцінювати з точки зору товарної, цінової, комунікаційної та кадрової політики. Враховуючи специфіку маркетингової діяльності в цифровому просторі, елемент «місце» трансформується в «юзабіліти сайту», та характеризує зручність придбання товарів.

Споживчий досвід розглядається авторами як результат взаємодії споживача з підприємством торгівлі на різних етапах купівлі [3; 5; 8; 11]: збір інформації про товар, оцінка альтернативних варіантів купівлі, оформлення замовлення, одержання ная замовлення, після продажне обслуговування. На кожному з етапів відбувається емоційна та раціональна оцінка споживачем прямих та непрямих контактів з підприємством торгівлі, що визначає подальшу споживчу поведінку і служить маркером для прийняття рішення про припинення чи продовження відносин. Дослідження споживчого досвіду передбачає оцінку споживчих зусиль у так званих «точках контакту» в процесі придбання товару, що дозволяє скласти карту споживчого споживача, на підставі якої здійснюється аналіз якості взаємодії підприємства з клієнтом.

Онлайн-лояльність формується на основі співставлення очікувань споживача щодо якості ціннісної пропозиції (задоволеності) та якості обслуговування

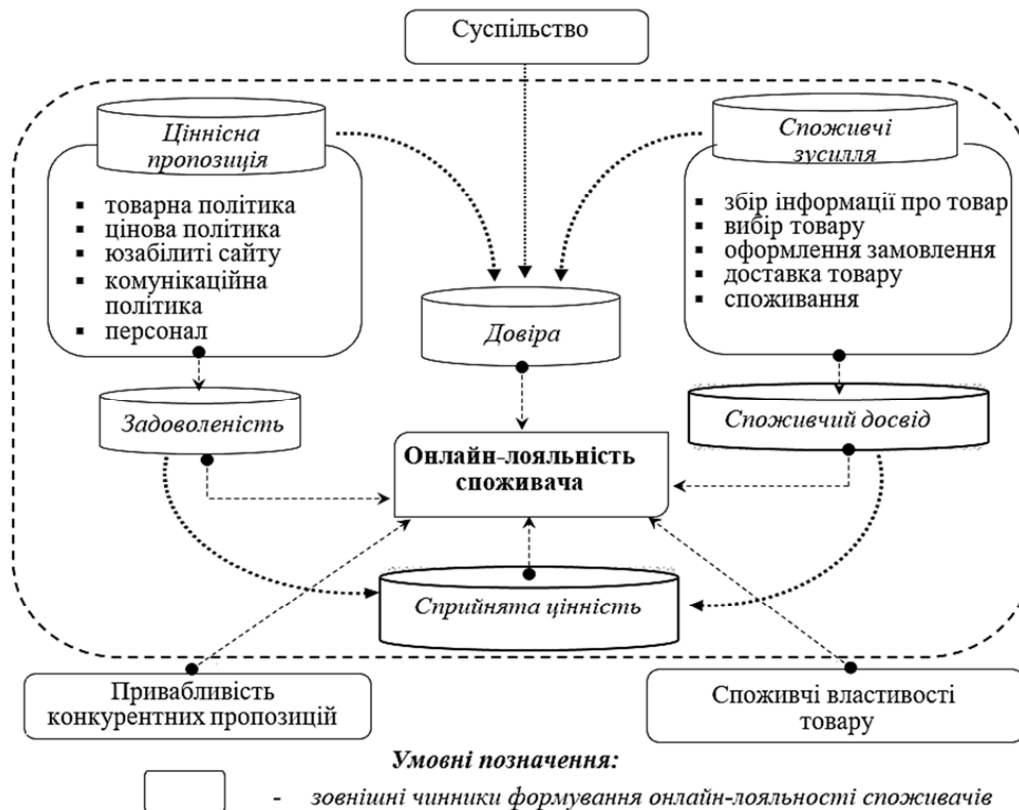


Рис. 3. Система чинників, які впливають на формування онлайн-лояльності споживача

Джерело: авторська розробка

(споживчий досвід) із реальними характеристиками товару. Не випадково, що багато вчених, які розглядають проблеми лояльності та задоволеності, виділяють як один з чинників лояльності «сприйняту цінність». оцінки онлайн-лояльності клієнтів інтернет-магазинів доцільно не про-сто оцінити існуючий стан атрибутів лояльності, але й порівняти їх з очікуваннями споживача, що дозволить визначити найбільш пріоритетні напрямки реалізації стратегії адаптації підприємства торгівлі.

Значний внесок у формування онлайн-лояльності має довіра споживачів, яка безпосередньо пов'язана з їх задоволеністю та споживчим досвідом [12, с. 106]. Рівень довіри формується на основі взаємодії споживачів з підприємством (відповідальність у вирішенні проблем споживача, достовірність наданої інформації про ціннісну пропозицію, розвиток нових сервісних елементів), так і в результаті непрямих зовнішніх факторів, виходять за рамки контролю підприємства (обговорення на сайті, рекомендації друзів і знайомих, репутація підприємства, попередній досвід покупок).

Досить сильний вплив на формування онлайн-лояльності споживачів здійснюють внутрішні та зовнішні сили. Створюючи певний тиск як на споживачів, так і на підприємства, вони можуть створювати протилежні тенденції, що можуть певним чином підірвати існуючі механізми торгівлі та змінити відношення споживачів до процесу задоволення наявних потреб [8, с. 134]. Сучасні бізнес-процеси повинні охоплювати різноманітні підходи щодо пошуку, збереження та підвищення онлайн-лояльності споживачів.

Слід зазначити, що запропонований підхід до управління онлайн-лояльністю споживачів дозволяє не тільки визначити напрям адаптивного розвитку

підприємства торгівлі, а й створює можливість здійснювати комплексну аналітику ціннісної пропозиції (товарної, цінової та комунікаційної політик, юзабіліті сайту та персоналу), оптимізувати споживчі зусилля щодо: збору інформації про товар, вибір, оформлення та доставки товару і його споживання, що сприятиме формуванню позитивного споживчого досвіду, підвищенню довіри до підприємства торгівлі та рівня задоволеності купівлею. Такий підхід розширює можливості створення бізнес-моделі нового покоління, реалізація якої дозволить підприємству торгівлі адаптувати наявні ресурси та можливості відповідно до трендів сучасного ринку.

Висновки. В умовах інформаційного суспільства, мережа Інтернет перетворюється з каналу комунікацій на середовище перебування та взаємодії споживачів. Знання про рівень лояльності споживачів, детермінантів які визначають споживчий вибір, забезпечує наявність певних важелів адаптаційного впливу і розуміння того, яким чином можна підвищувати споживчу лояльність для досягнення бажаного стану підприємства торгівлі.

Мистецтво управління адаптивним розвитком підприємства торгівлі в сучасних умовах полягає у гармонізації бізнесу із цифровими трансформаціями. Керівництво підприємства торгівлі має адекватно оцінити потенціал адаптивного розвитку щодо можливостей підвищення рівня онлайн-лояльності споживачів. Ефективність реалізації операційної бізнес-моделі наступного покоління складається з комбінації зусиль щодо покращення операційної діяльності підприємства торгівлі щодо моніторингу вимог та запитів споживачів та внутрішніх трансформацій на основі спільного використання впроваджуваних підходів та важелів.

Список використаних джерел:

1. Березовська В.О. Значення асортименту при визначенні лояльності споживачів до роздрібних торговельних мереж. URL: http://zbinuk.bukuniver.edu.ua/issue_articles/6_3.pdf (дата звернення: 03.08.2023).
2. Бибик С.П. Словник іншомовних слів: тлумачення, словотворення та слововживання. Близько 35000 слів і словосполучень. Харків : Прапор, 2012. 623 с.
3. Гурджиян К.В. Параметри оцінки лояльності споживачів. *Управління розвитком*. 2011. № 4 (101). С. 217–218.
4. Кузьминчук Н.В., Куценко Т.М., Терованесова О.Ю. Теоретико-методичні аспекти оцінки лояльності споживачів як об'єктивна умова розвитку підприємництва. *Проблеми економіки*. 2019. № 1 (39). С. 102–108.
5. Петриченко П. Еволюція концепцій маркетингу взаємин: пріоритети, концептуальна база, домінуюча логіка. *Бізнес Інформ*. 2013. № 3. С. 367–372.
6. Пищуліна О. Цифрова економіка: тренди, ризики та соціальні детермінанти : доповідь. Центр Разумкова. Київ, 2020. 274 с.
7. Руденко А. Клієнтська лояльність: три моделі поведінки. URL: <http://www.management.com.ua/marketing/mark023> (дата звернення: 02.08.2023).
8. Смерічевський С.Ф., Нагієва А.І. Вплив факторів попиту на задоволеність та лояльність споживачів екологічних товарів та послуг. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2023. № 47. С. 133–138.
9. Соболева-Терещенко О., Жарнікова В. Теоретико-методологічні основи ефективних систем лояльності. *Журнал Менеджер*. 2017. № 2(75). С. 82–91.
10. Филипенко О.М., Синицина Г.А. Основні тренди та перспективи цифровізації економіки України. *Бізнес-інформ*. 2023. № 3. С. 43–50.
11. Abdul-Muhmin A.G. Repeat Purchase Intentions in Online Shopping: The Role of Satisfaction, Attitude, i Online Retailers' Performance. *Journal of International Consumer Marketing*. 2011. № 23(1). P. 5–20.
12. Piotr Z. Technical Analysis as the Representation of Typical Cognitive Biases. *International Review of Financial Analysis*. 2004. Vol. 13(2). P. 217–225.
13. Schaupp C.A conjoint analysis online consumer satisfaction. *Journal of Electronic Commerce Research*. 2005.Vol. 6. № 2. P. 95–111.
14. Szymanski D., Hise R. E-Satisfaction: An initial examination. *Journal of Retailing*. 2000. № 76(3). P. 309–322.
15. Valvi C.A. Critical review of the e-loyalty literature: a purchase-centred framework. *Electronic Commerce Research*. 2012. № 12 (3). P. 331–378.

References:

1. Berezovska V.O. (2023). *Znachennia asortymentu pry vyznachenni loialnosti spozhyvachiv do rozdribnykh torhovelnykh merezh* [The value of assortment in determining consumer loyalty to retail chains]. Available at: http://zbirnik.bukuniver.edu.ua/issue_articles/6_3.pdf (accessed 03 August 2023) (in Ukrainian)
2. Bybyk S.P. (2012). *Slovnnyk inshomovnykh sliv: tлумachennia, slovotvorennia ta slovovzhyvannia* [Dictionary of foreign words: interpretation, word formation and word usage], 623 p. (in Ukrainian)
3. Hurdzhyian K.V. (2011). Parametry otsinky loialnosti spozhyvachiv [Parameters of evaluating consumer loyalty]. *Upravlinnia rozvytkom*, no. 4(101), pp. 217–218. (in Ukrainian)
4. Kuzmynchuk N.V., Kutsenko T.M., Terovanesova O.Yu. (2019). Teoretyko-metodychni aspekty otsinky loialnosti spozhyvachiv yak obiektyvna umova rozvytku pidpriemnytstva [Theoretical and methodological aspects of evaluating consumer loyalty as an objective condition for the development of entrepreneurship]. *Problemy ekonomiky*, no. 1(39), pp. 102–108. (in Ukrainian)
5. Petrychenko P. (2013). Evoliutsiia kontseptsii marketynhu vzaiemyn: priorytety, kontseptualna baza, dominuiucha lohika [Evolution of relationship marketing concepts: priorities, conceptual base, dominant logic]. *Biznes Inform*, no. 3, pp. 367–372. (in Ukrainian)
6. Pyshchulina O. (2020). *Tsyfrova ekonomika: trendy, ryzyky ta sotsialni determinanty* [Digital economy: trends, risks and social determinants], 274 p.
7. Rudenko A. Kliientska loialnist: try modeli povedinky [Customer loyalty: three models of behavior]. Available at: <http://www.management.com.ua/marketing/mark023> (accessed 02 August 2023) (in Ukrainian)
8. Smerichevskiy S.F., Nahyieva A.I. (2023). Vplyv faktoriv popytu na zadovolenist ta loialnist spozhyvachiv ekolohichnykh tovariv ta posluh [The influence of demand factors on the satisfaction and loyalty of consumers of ecological goods and services]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, no. 7, pp. 133–138. (in Ukrainian)
9. Sobolieva-Tereshchenko O., Zharnikova V. (2017). Teoretyko-metodolohichni osnovy efektyvnykh system loialnosti [Theoretical and methodological foundations of effective loyalty systems]. *Zhurnal Menedzher*, no. 2(75), pp. 82–91. (in Ukrainian)
10. Fylypenko O.M., Synytsyna H.A. (2023). Osnovni trendy ta perspektyvy tsyfrovizatsii ekonomiky Ukrainy [Main trends and prospects of digitization of the economy of Ukraine]. *Biznes-inform*, no. 3, pp. 43–50. (in Ukrainian)
11. Abdul-Muhmin A.G. (2011). Repeat Purchase Intentions in Online Shopping: The Role of Satisfaction, Attitude, i Online Retailers' Performance. *Journal of International Consumer Marketing*, no. 23(1), pp. 5–20.
12. Piotr Z. (2004). Technical Analysis as the Representation of Typical Cognitive Biases. *International Review of Financial Analysis*, vol. 13(2), pp. 217–225.
13. Schaupp C. (2005). A conjoint analysis online consumer satisfaction. *Journal of Electronic Commerce Research*, vol. 6, no. 2, pp. 95–111.
14. Szymanski D., Hise R. (2000). E-Satisfaction: An initial examination. *Journal of Retailing*, no. 76(3), pp. 309–322.
15. Valvi C.A. (2012). Critical review of the e-loyalty literature: a purchase-centred framework. *Electronic Commerce Research*, no. 12(3), pp. 331–378.

УДК 339.138:338.5

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-6>**Дядик Т.В.**кандидат економічних наук, доцент,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8422-3775>**Даниленко В.І.**кандидат економічних наук, доцент,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-8676-0622>**Решетнікова О.В.**кандидат економічних наук,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7666-5728>**Diadyk Tetiana, Danylenko Viktoria, Reshetnikova Olha**
Poltava State Agrarian University

УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ НА ОСНОВІ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Досліджено сутність поняття «поведінка споживачів». Виявлено фактори впливу на неї, визначено їх роль у формуванні рішення про покупку. Представлено місце маркетингового ціноутворення в моделі поведінки споживачів. Охарактеризовано чотири напрями досліджень ірраціональної поведінки споживачів: сприйняття відсоткових відмінностей, сприйняття неокруглених закінчень, вплив відносних цін, вплив уявлення. Управління поведінкою споживачів з урахуванням маркетингового ціноутворення включає використання цінових стратегій і тактик впливу на прийняття рішень споживачами про купівлю товарів чи послуг. Авторами охарактеризовано деякі з таких підходів, зокрема, цінова диференціація, цінова стратегія «ціна-якість», стратегія цінового лідерства, промо-акції та знижки, безкоштовні пропозиції, динамічне ціноутворення. Висвітлено способи управління поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення.

Ключові слова: поведінка споживачів, ціна, маркетингове ціноутворення, цінова стратегія, модель поведінки споживачів.

CONSUMER BEHAVIOR MANAGEMENT ON THE BASIS OF MARKETING PRICING

The essence of the concept of "consumer behavior" has been studied. Factors influencing it have been identified, including personal preferences, needs, values, and external influences such as advertising, marketing activities, and social factors. Such groups of influencing factors on consumer behavior are characterized, such as: demographic characteristics, psychological factors, social factors, marketing factors (including marketing pricing). Their role in the formation of the purchase decision is determined. The place of marketing pricing in the model of consumer behavior is presented, which provides an understanding of how and why decisions are made to purchase goods or services, how consumers react to various marketing techniques, and which of them the company can apply. Thanks to their use, a better understanding of the behavior of consumers in choosing and purchasing products is achieved, and hence, more effective use of marketing tools. It is noted that a seller who understands the mechanisms of irrational consumer behavior can present goods in such a way as to convince the buyer to give them a higher rating. Four directions of research into irrational consumer behavior are characterized: perception of percentage differences, perception of unrounded endings, influence of relative prices, influence of perception. Management of consumer behavior taking into account marketing pricing includes the use of pricing strategies and tactics to influence consumer decisions about purchasing goods or services. The authors characterized some of these approaches, in particular, price differentiation, price-quality strategy, price leadership strategy, promotions and discounts, free offers, dynamic pricing. It is noted that the buyer's perception of the product price directly affects the sales efficiency and the seller's profitability. Therefore, the marketing department of any firm must be able to predict and model the possible reaction of the consumer to the chosen price strategy, as well as take into account as many psychological factors as possible during its development. Methods of managing consumer behavior based on marketing pricing are highlighted.

Keywords: consumer behavior, price, marketing pricing, pricing strategy, consumer behavior model.

JEL classification: D11, E64, M31

Постановка проблеми. Поведінка споживачів – це сфера діяльності, що актуальна для тих підприємств, які намагаються досягти успіху на ринку, використовуючи різні методи вивчення та управління споживчою поведінкою. З розвитком ринкових відносин і посиленням конкуренції в Україні робота зі споживачем займає

центральне місце в комплексі маркетингу організацій різного рівня та профілю. Однією з основних проблем, що виникають під час ведення бізнесу, є проблема, що полягає у недооцінці важливості вивчення споживача як особистості та його купівельної поведінки. Наукова проблема полягає у нестачі розробок способів управ-

ліній поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В працях вітчизняних та іноземних науковців досліджено питання поведінки споживачів, а також певні аспекти маркетингового управління нею.

Богдан Н., Краснокутська Ю., Соколов Д. [1, с. 72] визначають поведінку споживачів як «діяльність, спрямована безпосередньо на отримання, споживання і розпорядження товарами і послугами, включаючи вплив впровадження нових технологічних процесів, які передують цим діям і слідують за ними».

На думку Даниленка Є.С. [2], «поведінка споживачів – це дії людей під впливом факторів зовнішнього середовища та внутрішніх психологічних чи фізичних потреб, що виникають у процесі життєдіяльності та соціалізації і супроводжуються пошуком інформації, вибором, придбанням, використанням товарів або послуг і позбавленням від них».

Окландер М.А., Жарська І.О. [3, с. 6] розглядають поведінку споживача як поведінку особи, що вирішує проблему купівлі товарів для задоволення особистих потреб.

Пчелянська Г. [4, с. 116-117] досліджує фактори маркетингового ціноутворення, зокрема внутрішні та зовнішні фактори маркетингового середовища, а також фактори, що визначають цінову чутливість споживачів.

Катаєв А.В., Оберемок С.В. [5] доводять, що ціна товару визначається не тільки економічними, а й психологічними міркуваннями споживача; фактично покупець проводить порівняння не із товарами-замінниками, а з тими, які представляються йому такими. Автори виділяють наступні фактори цінової чутливості споживачів: ефект уявлень про наявність товарів-замінників; ефект унікальності; ефект витрат на переключення; ефект складності порівняння товарів; ефект оцінки якості через ціну; ефект значущості кінцевого результату; ефект високої ціни товару; ефект «справедливості ціни»; ефект можливості поділу витрат; ефект створення запасів.

У своїй роботі Якубовська Н.В. [6, с. 427] через призму факторів маркетингового ціноутворення досліджує та визначає доцільність застосування ефектів впливу на чутливість покупця до ціни за двох, якісно відмінних ринкових станів: вільне функціонування ринку, на прикладі інфлюенс-маркетингу, та форс-мажорні обставини і вимушене регулювання ринку на прикладі періоду пандемії.

Совершенна І.О., Недопако Н.М., Ботнар Я.В. [7] зробили аналіз факторів, які впливають на процес маркетингового ціноутворення, зокрема розглянули вплив цінової конкуренції на ринку та змін у поведінці споживачів. Також автори дають характеристику сучасного споживача та надають рекомендації вітчизняним підприємствам щодо розробки маркетингової цінової політики з урахуванням ситуації і тенденцій ринку.

Незважаючи на численні публікації, малодослідженим залишається управління поведінкою споживачів саме на основі маркетингового ціноутворення. Тому існує потреба у системному дослідженні реакції споживачів на ціни та способів управління поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення.

Мета статті полягає у висвітленні та пошуку шляхів розв'язання досліджуваної проблеми стосовно

управління поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення. Це дозволить з науково обґрунтованих позицій підійти до стратегічного маркетингового ціноутворення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поведінка споживача включає всі етапи процесу прийняття рішень, починаючи з усвідомлення потреби та пошуку інформації про товар або послугу, до самого акту купівлі та подальшої поведінки після покупки. Вона ґрунтується на різних факторах, включаючи особисті переваги, потреби, цінності та зовнішні впливи, такі як реклама, маркетингові активності та соціальні фактори.

На підсвідомість покупця впливають зовнішні чинники, які включають і маркетингові. Під впливом цих факторів у свідомості покупця формуються певні висновки про доцільність здійснення покупки. Зміст цих висновків, а також сам процес ухвалення рішення про покупку визначаються особистісними та психологічними характеристиками покупця. Таким чином, поведінка покупця, з одного боку, залежить від ступеня впливу зовнішніх факторів на свідомість покупця, а з іншого, визначається прийнятими ним рішеннями в процесі здійснення покупки. Деякі з основних факторів, що впливають на поведінку споживача, включають:

- демографічні характеристики: вік, стать, освіта, дохід та інші фактори, які можуть впливати на переваги споживача;
- психологічні чинники: мотивація, сприйняття, переконання, цінності та особистість споживача;
- соціальні чинники: сімейний стан, соціальний статус, культура, групи приналежності та думка інших людей, включаючи сім'ю, друзів та колег;
- маркетингові фактори: реклама, ціна, просування товару, доступність та якість товару чи послуги.

Відправним моментом дослідження поведінки споживачів є побудова та вивчення відповідної моделі. Моделі поведінки споживачів систематизують інформацію про те, як і чому приймаються рішення про купівлю товарів чи послуг, як реагують споживачі на різні прийоми маркетингу та які з них підприємство може застосувати. Завдяки їх використанню досягається краще розуміння поведінки споживачів на вибір та придбання продуктів, а звідси, більш ефективне використання маркетингового інструментарію.

На рис. 1 представлено місце маркетингового ціноутворення в моделі поведінки споживачів.

Як бачимо, ціна входить до групи спонукальних маркетингових факторів, що відносяться до факторів зовнішнього впливу на поведінку споживачів. Реакція споживачів на ціни має більш значну мотивацію, ніж простий раціональний розрахунок оскільки вона безпосередньо пов'язана з продажами. З одного боку, реакція споживача визначається не лише оцінкою товару та її ціною, але й загальною ситуацією процесу купівлі. Таким чином, одним з аспектів стратегії ціноутворення є представлення цін такими засобами, що вплинуть на це сприйняття з вигодою для продавця. З іншого боку, навіть якщо покупці точно сприймають ціни та ситуацію купівлі, вони не завжди раціонально оцінюють їх. Таку поведінку споживачів психологи називають ірраціональною дією. Продавець, який розуміє механізми такої поведінки, може представити товари

таким чином, щоб переконати покупця надати їм більш високу оцінку. На сьогодні багато процесів, що визначають реакції споживачів на ціни, ще не вивчені достеменно та є предметом різноманітних досліджень. Виокремлюють чотири напрями досліджень: сприйняття відсоткових відмінностей, сприйняття неокруглених закінчень, вплив відносних цін, вплив уявлення. Розберемо їх більш детально.

Сприйняття відсоткових відмінностей описує схильність покупців оцінювати цінові відмінності щодо рівня базової ціни та відоме як закон Вебера-Фехнера: сприйняття цінових змін залежить від відмінностей у процентному, а не в абсолютному вираженні та існують межі верхньої та нижньої ціни товару, при досягненні яких зміни ціни не помічаються чи ігноруються. Ряд незначних підвищень ціни до верхньої межі буде більш успішним, ніж одне значне підвищення. І навпаки, покупці краще відреагують на одне суттєве зниження цін до нижньої межі, ніж на низку невеликих послідовних знижок.

Сприйняття неокруглених закінчень. Існує думка, що покупці відчувають ціни з неокругленими закінченнями як значно нижчі, ніж круглі числа, яким вони приблизно відповідають. Причина цього ефекту полягає в тому, що більшість людей, намагаючись спростити обчислення різниці в цінах, просто порівнюють колонки чисел зліва направо.

Вплив відносних цін. При ухваленні рішення про купівлю споживач, як правило, керується «транзакційною корисністю» товару, що пов'язана з визначенням різниці між фактично сплаченою ціною та тією ціною, яку покупець вважає розумною чи справедливою, яка називається відносною ціною. Використовуючи

це поняття рекомендується встановлювати первісну ціну на новий товар вище його дійсної вартості для того, щоб підвищити його відносну ціну в свідомості покупця.

Вплив уявлення. Вивчення впливу уявлення на сприйняття ціни пов'язане з теорією перспективи, згідно з якою люди оцінюють покупки в термінах виграшів та збитків щодо відправної точки, а оскільки прибуток та втрати оцінюються покупцем по-різному, продавці можуть впливати на їх рішення шляхом формування потенційного прибутку чи збитку. Цінність теорії перспективи для маркетингу полягає в тому, що з її допомогою можна передбачити, як дійсно поведе себе споживач під час використання тієї чи іншої цінової стратегії.

Розуміння поведінки споживача допомагає компаніям розробити ефективні маркетингові стратегії та пропозиції, які відповідають потребам та перевагам споживачів. Також це допомагає прогнозувати та передбачати зміни у попиті та ринкових умовах.

Управління поведінкою споживача з точки зору маркетингу полягає у використанні факторного впливу на кожну зі стадій процесу прийняття споживачем рішення про покупку. Задачею маркетолога є розробка комплексу маркетингу, що дозволяє успішно провести споживача через кожен з етапів процесу рішення про покупку. Бажано, щоб при цьому процес вирішення перетворився в цикл, тобто перша покупка привела до наступної, і так далі, а покупець перетворився на постійного клієнта.

Маркетингове управління поведінкою споживачів допомагає підприємствам утримати вже існуючих та залучити нових клієнтів, протягом тривалого часу



Рис. 1. Модель поведінки споживачів

Джерело: побудовано на основі [3; 8]

підтримувати лояльність споживачів, досягти значних прибутків і стабільного конкурентоспроможного становища на ринку як сьогодні, так і в майбутньому.

Управління поведінкою споживачів з урахуванням маркетингового ціноутворення включає використання цінкових стратегій і тактик впливу на прийняття рішень споживачами про купівлю товарів чи послуг. Нижче наведено деякі з підходів, які можуть бути використані:

1. Цінова диференціація: компанії можуть встановлювати різні ціни для різних сегментів споживачів на основі їхньої здатності та готовності платити. Це допоможе залучити різні категорії споживачів і заохотити їх до покупки. Наприклад, можна запропонувати спеціальні знижки чи акції для студентів чи пенсіонерів.

2. Цінова стратегія «ціна-якість»: встановлення високої ціни для товарів чи послуг, щоб створити враження про високу якість. Це може бути ефективно для товарів преміум-класу або для брендів із престижним іміджем.

3. Стратегія цінового лідерства: встановлення низької ціни для товарів чи послуг, щоб залучити більше споживачів та конкурувати з іншими компаніями. Це може бути корисним для нових продуктів або для проникнення на нові ринки.

4. Промо-акції та знижки: тимчасові акції або сезонні знижки можуть стимулювати споживачів до покупки. Наприклад, знижки на товари під час свят чи розпродажу.

5. Безкоштовні пропозиції: надання безкоштовних зразків чи послуг може допомогти привернути увагу споживачів та дозволити їм оцінити продукт чи послугу перед покупкою.

6. Динамічне ціноутворення: використання алгоритмів та даних для зміни цін у режимі реального часу залежно від попиту та інших факторів. Наприклад, ціни на квитки на літак можуть змінюватися в залежності від попиту та заповнення рейсу.

Попередній аналіз споживачів, їх поведінки та налаштувань щодо ціноутворення може допомогти зрозуміти їх реакцію на різні цінні стратегії. Крім того, дослідження ринку, тестування цін і врахування

конкурентного середовища можуть також бути корисними інструментами для ефективного управління поведінкою споживачів.

Підприємствам варто ретельно продумати свою стратегію ціноутворення, щоб залучити споживачів, стимулювати їх до покупки і забезпечити стійкість на ринку. Важливо враховувати, що ефективне управління поведінкою споживачів на основі маркетингового ціноутворення вимагає аналізу ринку, конкурентного середовища та споживчої поведінки, щоб визначити найбільш відповідні стратегії та тактики. Також важливо стежити за реакцією споживачів та аналізувати результати для коригування стратегій у майбутньому.

Висновки. На основі проведеного дослідження можна зробити висновок, що на підсвідомість покупця впливають зовнішні чинники, які включають і маркетингове ціноутворення. Під впливом цих факторів у свідомості покупця формуються певні висновки про доцільність здійснення покупки. Одним з аспектів стратегії ціноутворення є представлення цін такими засобами, що вплинуть на це сприйняття з вигодою для продавця. Покупці не завжди раціонально оцінюють ціни та ситуацію купівлі. Тому, продавець, який розуміє механізми ірраціональної поведінки, може представити товари таким чином, щоб переконати покупця надати їм більш високу оцінку. Виокремлюють чотири напрями досліджень: сприйняття відсоткових відмінностей, сприйняття неокруглених закінчень, вплив відносних цін, вплив уявлення. Розуміння поведінки споживача допомагає компаніям розробити ефективні маркетингові стратегії та пропозиції, які відповідають потребам та перевагам споживачів. Також це допомагає прогнозувати та передбачати зміни у попиті та ринкових умовах.

Сприйняття покупцем ціни товару безпосередньо впливає на ефективність продажу та прибутковість продавця. Тому маркетинговій службі будь-якої фірми необхідно вміти передбачати, моделювати можливу реакцію споживача на обрану цінову стратегію, а також враховувати якнайбільше психологічних факторів при її розробці.

Список використаних джерел:

1. Богдан Н., Краснокутська Ю., Соколов Д. Управління поведінкою споживачів як маркетинговий інструмент підвищення економічної ефективності підприємств туріндустрії. *Економічний аналіз*. 2021 рік. Том 31. № 1. С. 69–80. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2021.01.069>
2. Даниленко Є.С. Теоретичні аспекти маркетингового управління поведінкою споживачів. *Траекторія науки*. 2015. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretichni-aspekti-marketingovogo-upravlinnya-povedinkoyu-spozhyvachiv> (дата звернення: 12.07.2023).
3. Окландер М.А., Жарська І.О. Поведінка споживача : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2014. 208 с.
4. Пчелянська Г. Фактори маркетингового ціноутворення. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/17366/1/Pchelyanska%20115-118.pdf> (дата звернення: 20.07.2023).
5. Катаєв А.В., Оберемок С.В. Фактори цінової чутливості споживачів: результати систематизації та верифікації актуальності в рамках концепції маркетингу довіри. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6332> (дата звернення: 20.07.2023).
6. Якубовська Н.В. Маркетингове ціноутворення в сучасних умовах: чутливість покупця до ціни. Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції 2-3 березня 2023 року : збірник наукових праць. Вінниця : ВНТУ, 2023. С. 426–428. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/52183/2/zbirnik2023.pdf#page=427> (дата звернення: 20.07.2023).
7. Совершенна І.О., Недопако Н.М., Ботнар Я.В. Особливості маркетингового ціноутворення під час пандемії Covid-19. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2021. № 3(37). С. 35–40.
8. Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій [для студ. вищ. навч. закл.]. Харків : Вид-во ХНАДУ, 2012. 227 с.

References:

1. Bogdan N., Krasnokutska I., Sokolov D. (2021) Upravlinnya povedinkoyu spozhyvachiv yak marketyngovij instrument pidvyshhennya ekonomichnoyi efektyvnosti pidpryyemstv turindustriyi [Consumer behavior management as a marketing tool to increase the economic efficiency of tour enterprises]. *Ekonomichnyj analiz* [Economic analysis], vol. 31, no. 1, pp. 69–80. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2021.01.069>
2. Danilenko E. (2015) Teoretichni aspekty marketyngovogo upravlinnya povedinkoyu spozhyvachiv [Theoretical aspects of marketing management of consumer behavior]. *Traektoriya nauky*, no. 4. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoretichni-aspekty-marketingovogo-upravlinnya-povedinkoyu-spozhyvachiv> (accessed July 12, 2023).
3. Oklander M.A., Zharska I.O. (2014) *Povedinka spozhyvacha : navch. posib.* [Consumer behavior: a study guide]. Kyiv: Center of educational literature. (in Ukrainian)
4. Pchelyanska G. Faktory marketyngovogo cinoutvorennya [Marketing pricing factors], pp. 115–118. (electronic journal). Available at: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/17366/1/Pchelyanska%20115-118.pdf> (accessed 20 July 2023).
5. Kataiev A.V., Oberemok S.V. (2018) Faktory cinovoyi chutlyvosti spozhyvachiv: rezultaty systematyzaciyi ta veryfikaciyi aktualnosti v ramkax koncepciyi marketyngu doviry [Factors of consumers' price sensitivity: results of systematization and verification of relevance within the framework of the trust-based marketing concept]. *Efektivna ekonomika* [Efficient economy], no. 5, (electronic journal). Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6332> (accessed July 20, 2023).
6. Yakubovska N.V. (2023) Marketyngove cinoutvorennya v suchasnyx umovax: chutlyvist pokupcyia do ceny [Marketing pricing in modern conditions: buyer's sensitivity to price]. *Materialy VI Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferenciyi 2-3 bereznya 2023 roku : zbirnyk naukovykh pracz* [Materials of the VI International Scientific and Practical Conference March 2-3, 2023: collection of scientific works], (electronic journal). Vinnitsa: VNTU, pp. 426–428. Available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/52183/2/zbirn2023.pdf#page=427> (accessed July 20, 2023).
7. Sovershenna I.O., Nedopako N.M., Botnar Y.V. (2021) Osoblyvosti marketyngovogo cinoutvorennya pid chas pandemiyi COVID-19 [Peculiarities of marketing pricing during the COVID-19 pandemic]. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes.* [Economy. Management. Business], no. 3(37), pp. 35–40.
8. Lavrova Yu.V. (2012) Marketyng. Klasychni polozhennya i osobyvosti zastosuvannya na transporti: konspekt lekcij [dlya stud. vyshh. navch. zakl.] [Marketing. Classical clauses and figures of application in transport: a summary of lectures [for students of higher educational institutions]]. Kharkiv: publishing house KNAHU. (in Ukrainian)

УДК 330.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-7>**Кишакевич Б.Ю.**доктор економічних наук, професор,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5721-8543>**Демедюк Б.Т.**аспірант,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-0502-4560>**Волинський О.Ю.**аспірант,
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8484-9916>**Kyshakevych Bohdan, Demediuk Bohdan, Volynskiy Oleksandr**
Ivan Franko State Pedagogical University of Drohobyt'sk

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА ЕВОЛЮЦІЯ ПОГЛЯДІВ

У статті проведено аналіз сучасних концептуальних підходів до обґрунтування економічної сутності конкурентоспроможності підприємства та розглянуто відповідні методи конкурентного аналізу. Показано, що незважаючи на те, що конкурентоспроможність є одним із ключових економічних термінів та незважаючи на існування великої кількості наукових досліджень, присвячених конкурентоспроможності, на сьогодні відсутнє загальноприйняте визначення цього терміну. Аргументовано, що найпоширенішим підходом до трактування конкурентоспроможності на рівні підприємства є аналіз його існуючих конкурентних переваг, але при цьому мають місце розбіжності щодо методів їх врахування та ранжування. Обґрунтовано доцільність застосування конкурентного аналізу, який представляє собою оцінку рівня конкуренції на деякому ринку, спрямовану на обґрунтування бізнес-рішень.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентний аналіз, рейтинг конкурентоспроможності, конкурентоспроможність підприємства, концепція конкурентоспроможності.

COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE: ECONOMIC ESSENCE AND EVOLUTION OF VIEWS

The article analyzes modern conceptual approaches to substantiate the economic essence of the enterprise competitiveness and considers the corresponding methods of competitive analysis. It is shown that, despite the fact that competitiveness is one of the key economic terms and despite the existence of a large number of scientific studies on competitiveness, today there is no generally accepted definition of this term. It is argued that the most common approach to the interpretation of competitiveness at the enterprise level is the analysis of existing competitive advantages, but there are discrepancies in the methods of their accounting and ranking. The expediency of applying competitive analysis, which consists in assessing the level of competition in a certain market for the purpose of substantiating business decisions, is substantiated. Today, the term "competitiveness" is used in different perspectives, as scientists put different concepts into its essence. It is shown that in the economic literature one can find three approaches to understanding the term "enterprise competitiveness". The first approach is based on an analysis of the internal and external activities of the enterprise without mentioning products or goods. The second approach is based only on the study of the product, that is, the competitiveness of a company is considered as its ability to produce a competitive product or service. The third approach combines the commodity and production activities of the company. It is shown that the competitiveness of small and medium-sized enterprises is often determined by the methods provided for large companies, which is not justified, since SMEs differ in their organizational structure, forms of cooperation with the environment, management systems and ways of competing with other companies. Competitiveness can belong to different levels of aggregation: supranational, national, regional, local, industrial, sectoral, as well as individual companies. It was argued that given the fact that a single conceptual approach to the economic substantiation of the term "competitiveness" has not yet been developed, there is currently no single methodology for comprehensive quantitative assessment of the competitiveness of an enterprise, the need for which is becoming increasingly urgent.

Keywords: competition, competitiveness, competitive analysis, competitiveness rating, enterprise competitiveness, concept of competitiveness.

JEL classification: A11, D41, D61

Постановка проблеми. Ефективне функціонування національної економіки у надзвичайно структурованому та нестабільному ринковому просторі потребує перегляду концептуальних засад до аналізу конкурентоспроможності підприємств, визначення факторів,

які суттєво впливають на життєвий цикл товару тощо. Термін «конкурентоспроможність» походить від латинського слова «petere», що означає шукати, атакувати, цілитися, бажати, і латинського префікса «con-», що означає разом. Сьогодні термін «конкурентоспромож-

ність» використовується в різних ракурсах, оскільки науковці вкладають в його сутність різні поняття. Конкурентоспроможність є одним із найчастіше вживаних термінів в економіці, проте, незважаючи на існування величезної кількості наукових досліджень, присвячених цій проблематиці, на сьогодні відсутнє загальноприйняте визначення цього терміну. Усе це потребує узагальнення існуючих підходів до розуміння терміну «конкурентоспроможність», що дозволить виробити уніфіковану методику управління та кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам вивчення економічної сутності конкурентоспроможності підприємства присвячено чимало наукових статей, серед яких слід виокремити роботи Сюдека Т. [1], Зайовскої А. [1], Айгінгера К. [2], Портера М., Кетелса К., Дельгадо М. [3], Войнеску Р., Мойсу К. [4], Кругмана П., Обстелда М. [5], Післі Дж. [7], Мена Д. [8], Лау Т. [8], Чана К. [8], Кузьміна О. [9] та інших. Проте на сьогодні не вироблено уніфікованих методик аналізу конкурентоспроможності, оскільки на практиці науковці та підприємці застосовують різні концептуальні засади обґрунтування економічної сутності конкурентоспроможності на рівні підприємства.

Мета статті – аналіз економічної сутності конкурентоспроможності підприємства та огляд сучасних концепцій конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для створення прибуткового бізнесу необхідно пропонувати продукт або послугу, які споживачі купуватимуть за ціною, яка приносить достатній прибуток для покриття витрат. Виконання цього завдання ускладнюється тим, що більшість підприємств стикаються з конкуренцією з боку інших компаній, що займаються продажем аналогічних товарів і послуг. Конкурентна оцінка чи конкурентний аналіз – це інструмент бізнес-планування, який намагається врахувати присутність конкурентів та їхній потенційний вплив на бізнес-рішення.

Щорічник світової конкурентоспроможності IMD (WCY), вперше опублікований у 1989 році, надає порівняльний аналіз і тенденції, а також статистичні дані та дані опитувань на основі масштабних досліджень. Він аналізує та ранжує країни відповідно до того, як вони керують своїми компетенціями для довгострокового створення цінності. Конкурентоспроможність економіки не може бути зведена лише до ВВП і продуктивності, оскільки підприємства також мають справлятися з політичними, соціальними та культурними аспектами [6].

Україна у 2021 році займала 54-те місце у Світовому рейтингу конкурентоспроможності (World Competitiveness Rankings), у якому представлено 64 країни світу. У цьому рейтингу враховується велика кількість груп статистичних даних. Найважливішими серед них є безробіття, ВВП, державні витрати на охорону здоров'я та освіту, соціальна згуртованість, глобалізація та корупція. Загалом ці дані можна поділити на чотири категорії: економічні показники, інфраструктура, ефективність уряду та ефективність бізнесу.

Хоча деякі країни постійно посідають місця в рейтингах найбільш конкурентоспроможних країн, є також країни, у яких спостерігаються значні коливання. Китай і Німеччина до 2022 року регулярно входили до

топ-20 рейтингу, але в рейтингу 2023 вони опустились трохи нижче цієї позначки. США все ще перебувають у топ-10, але за останні п'ять років опустилися на шість позицій порівняно з іншими економіками. Економічна могутність США є бездоганною, але рейтинги погіршилися в бізнес-середовищі та показниках ефективності уряду [7]. Є статистичні дані про те, що в Сполучених Штатах ринки стали більш концентрованими і, можливо, менш конкурентоспроможними в широкому спектрі галузей. Так, наприклад, чотири компанії, які займаються пакуванням яловичини в даний час контролюють понад 80 відсотків свого ринку, на внутрішніх авіаперевезеннях домінують чотири авіакомпанії тощо. Ці тенденції до більшої концентрації обумовлені низкою причин, у тому числі технологічними змінами і пом'якшенням державного нагляду, яке спостерігається протягом останніх 40 років в США. Вісім країн із найбільшим рейтингом за 2023 рік та змінами за останні п'ять років подано у таблиці 1.

Таблиця 1

Рейтинг найбільш конкурентоспроможних країн світу згідно International Institute for Management Development (IMD)

Країна	Зміни (2019-2023)	Рейтинг 2023
Данія	+7	1
Ірландія	+5	2
Швейцарія	+1	3
Сінгапур	-3	4
Нідерланди	+1	5
Тайвань	+10	6
Гонконг	-5	7
Швеція	+1	8

Джерело: [7]

У 2017 році Україна долучилась до програми Європейського Союзу COSME – «Конкурентоспроможність підприємств малого і середнього бізнесу» (Competitiveness of Small and Medium Enterprises (COSME)). COSME – програма Європейського Союзу з бюджетом 2,3 млрд євро, яка була створена на період з 2014 до 2020 року та спрямована на сприяння розвитку малого та середнього бізнесу (МСБ). Участь у цій програмі дало можливість Україні отримати доступ до фінансування у розмірі близько 900 млн євро. Фінансові ресурси надавались у вигляді грантів у сфері підтримки експортної та інноваційної діяльності МСБ [9].

Конкурентний аналіз представляє собою оцінку рівня конкуренції на деякому ринку, спрямовану на обґрунтування бізнес-рішень. Оцінка зазвичай передбачає створення списку конкурентів і формування профілю для кожного конкурента, який включає таку інформацію, як типи продуктів і послуг, які вони пропонують, їх частку на ринку, маркетингові стратегії, а також сильні і слабкі сторони конкурентів. Оцінка може також включати порівняння конкретних товарів та послуг підприємства з пропозиціями конкурентів.

Хоча значна конкуренція може утруднити досягнення прибутковості особливо для малого та середнього бізнесу, вона також відкриває можливості для виходу з ринку. Великі компанії часто купують дрібних інноваційних конкурентів, щоб підтримати свої власні продукти та послуги. Засновники малого бізнесу іноді

ставлять собі за мету зрештою продати свої компанії більшим конкурентам, тому що такі продажі можуть бути дуже прибутковими для власників.

На жаль, не існує точної інформації стосовно того, хто і коли першим ввів у науковий обіг термін «конкуренція». Вважається, що перші теоретичні напрацювання про роль конкуренції та конкурентної боротьби пов'язують із класичною політекономією, у якій було вперше сформовано принципи досконалої конкуренції. У своїй роботі «Дослідження про природу та причини добробуту націй» А. Сміт представив модель ринку, яка повністю виключає будь-який зовнішній контроль над ринковими механізмами. Вільна конкуренція за словами А. Сміта веде до процвітання країни та нації. Конкуренцію він вважав невід'ємною складовою вільного ринку і ототожнив її з «невидимою рукою», яка впливає на підприємців, змушуючи їх діяти згідно із ідеальним планом розвитку економіки.

У дослідженні [1] проведено аналіз конкурентоспроможності через призму її теоретичних засад, методів емпіричної оцінки та факторів впливу. Сюдек Т. та Завойска А. відзначають, що поняття конкурентоспроможності можна віднести до окремого продукту/послуги, підприємства/ферми, галузі, економічного сектору, регіону, країни чи міжнародних економічних блоків. Автори відзначають, що спроби створення єдиного загального визначення конкурентоспроможності, мабуть, приречені на провал. Важливим обмеженням емпіричних досліджень конкурентоспроможності є несумісність результатів досліджень з використанням різних показників, що описують конкурентоспроможність [1].

Класичні концепції конкурентоспроможності орієнтовані переважно на макрорівень (міжнародний, країниний, регіональний), тоді як неокласичний підхід, відповідно, на мікрорівень. Перша спроба пояснити причини, через які країни вільно беруть участь у міжнародній торгівлі, сягає теорії абсолютних переваг Адама Сміта, розробленої в 1776 р. Існують також численні сучасні концепції та теорії конкурентоспроможності, до яких належать, зокрема, погляди Пола Кругмана (Теорія нової економічної географії) та Майкла Портера (Теорія управління).

Цікавий підхід до трактування конкурентоспроможності пропонує Йозеф Шумпетер у своїх теоріях підприємця та інновацій, де стверджуються, що лише здатність створювати інновації та підприємницька діяльність власника визначають конкурентну перевагу фірми. Теорія ігор Джона фон Неймана та Оскара Моргенштерна також зробила свій внесок у розвиток теорії конкурентоспроможності, приділяючи особливу увагу ринковій конкуренції як грі. При такому оригінальному підході, якщо дивитися з погляду всіх гравців на ринку, поводитися раціонально означає співпрацювати, тоді як для окремих гравців бути раціональним означає утримуватися від співпраці.

Конкурентоспроможність описується різними авторами як теоретичне, багатовимірне та відносне поняття, пов'язане з ринковим механізмом. Конкурентоспроможність може належати до різних рівнів агрегування: наднаціонального, національного, регіонального, місцевого, промислового, галузевого, а також окремих компаній.

Згідно з Оксфордським словником, конкурентоспроможність – це здатність економіки задовольняти «зростаючий сукупний попит і підтримувати екс-

порт. Конкурентоспроможність на мікроекономічному рівні – це здатність організації успішно конкурувати зі своїми комерційними суперниками». Айгінгер під конкурентоспроможністю розуміє здатність країни чи регіону створювати добробут [2].

Майкл Портер, один із авторів сучасної теорії конкурентоспроможності, зазначав, що конкурентоспроможність може бути представлена на кількох рівнях: середньому рівні, який представлений макроекономічною конкурентоспроможністю та мікроекономічному рівні як поєднання середовища, що оточує фірму, а також концентрації фірм у певній галузі, де досягнуто критичної маси достатньої для створення підтримуючих інститутів [3].

Кузьмін О. під конкурентоспроможністю підприємства вважає «комплексну та багатогранну категорію, яка відображає сукупність порівняльних переваг у різних сферах (економічній, технологічній, кадровій, товарній, ринковій тощо), поєднання яких формує для підприємства більш стійкі позиції на певному ринку у відповідний період часу у порівнянні з визначеними конкурентами» [9, с. 11].

У роботі [4] проаналізовано підходи ЄС до трактування конкурентоспроможності та досліджено роль конкурентоспроможності у прискоренні економічного зростання. Стратегія «Європа 2020» встановлює концептуальні положення економічного розвитку Європи, які ґрунтуються на трьох визначальних трансформаціях економіки: низьковуглецевій економіці, інклюзивному ринку праці та розумній спеціалізації регіонів на основі інвестицій в інновації.

Конкурентоспроможною вважається компанія, яка здатна приносити прибуток і займати значну частку ринку [4]. Однак, щоб вважатися конкурентоспроможною, компанія повинна використовувати свої ресурси та свої можливості для виробництва потрібних продуктів та послуг з необхідними якістю та ціною, щоб вона могла ефективно просувати свою продукцію на споживчому ринку.

У роботі [8] зроблено спробу побудувати теоретичне підґрунтя конкурентоспроможності малих та середніх підприємств (МСП), взявши за основу концепцію конкурентоспроможності на рівні фірми. Автори відзначають, що МСП не є зменшеними версіями великих корпорацій. Таким чином, оскільки вони відрізняються своєю організаційною структурою, формами співпраці із навколишнім середовищем, системами менеджменту та способами конкуренції з іншими компаніями, аналіз конкурентоспроможності, що стосується великих корпорацій, не може бути безпосередньо застосований до МСП [8].

Виділення методів оцінки конкурентоспроможності підприємств, заснованих на теорії ефективної конкуренції (операційних методів) як самостійного інструменту оцінки конкурентоспроможності суб'єктів господарювання відбулося як різновид інструментарію матричних моделей стратегічного планування. Суть підходу полягає у оцінці спроможності підприємства забезпечити належну конкурентоспроможність на основі впровадження інновацій, сучасних технології, ефективної організації виробництва та збуту.

Загалом, в економічній літературі можна зустріти три підходи до розуміння терміну «конкурентоспроможність підприємства». Перший підхід ґрунтується

на аналізі внутрішньої та зовнішньої діяльності підприємства, без згадки продукції або товару. Другий підхід заснований лише на дослідженні товару, тобто конкурентоспроможність компанії розглядається як її здатність виробляти конкурентоспроможний продукт чи послугу. У третьому підході поєднують товарну та виробничу діяльність підприємства. Загалом конкурентоспроможність підприємства можна вважати відносною характеристикою, що відображає відмінності у розвитку даного виробника від виробника-конкурента і виступає мірою ефективності виробництва та задоволення в товарах чи послугах певної суспільної потреби.

Висновки. Таким чином, стосовно висвітлення економічної сутності терміну «конкурентоспроможність» у науковій літературі можна зробити наступні висновки, а саме:

- на сьогодні не вироблено єдиного підходу до економічного трактування і обґрунтування конкурентоспроможності на різних рівнях: підприємства, регіону та країни;

- найпоширенішим підходом до трактування конкурентоспроможності на мікрорівні є аналіз наявних конкурентних переваг підприємства, але при цьому мають місце розбіжності щодо методів їх врахування та визначення пріоритетності;

- конкурентоспроможність малих та середніх підприємств часто визначають методом передбаченими для великих компаній, що не є виправдано, оскільки МСП відрізняються своєю організаційною структурою, формами співпраці із навколишнім середовищем, системами менеджменту та способами конкуренції з іншими компаніями;

- деколи можна зустріти ототожнення термінів «конкурентоспроможність підприємства» та «конкурентоспроможність продукції», хоча фактично конкурентоспроможність продукції є лише одним із факторів конкурентоспроможності підприємства.

Конкуренція представляє собою економічне суперництво, існуюче чи потенційне, між двома чи більше компаніями на відповідному ринку, коли їхні дії фактично обмежують можливості кожної з них впливати в односторонньому порядку на реалізацію продукції на цьому ринку, стимулює інновації та підвищення добробуту населення. З огляду на те, що на сьогодні не вироблено єдиного концептуального підходу до економічного обґрунтування терміну «конкурентоспроможність» в даний час не існує єдиної методики комплексної кількісної оцінки конкурентоспроможності підприємства, необхідність якої стає все більш актуальною.

Список використаних джерел:

1. Siudek T., Zawojcka A. Competitiveness in the economic concepts, theories and empirical research. *Oeconomia*. 2014. № 13 (1). P. 91–108.
2. Aiginger K. Competitiveness: from a dangerous obsession to a welfare creating ability with positive externalities. *J Ind Compet Trade*. 2006. № 6(2). P. 161–177.
3. Porter M., Ketels C., Delgado M. The microeconomic foundations of prosperity: findings from the business competitiveness index. The Global Competitiveness Report 2007–2008. 2007. P. 51–81.
4. Voinescu R., Moisoiu C. Competitiveness, Theoretical and Policy Approaches. Towards a More Competitive EU. *Procedia Economics and Finance*. 2015. № 22. P. 512–521.
5. Krugman P., Obstfeld M. International economics: theory and policy. 3^a ed. New York, USA: Harper Collins. 1994.
6. World Competitiveness Ranking. URL: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/2023/>
7. Peasley J. Ranked: The World's Most Competitive Countries (2019-2023). *Visual Capitalist*. June 30, 2023. URL: <https://www.visualcapitalist.com/cp/competitive-countries-rankings/>
8. Man W.Y., Lau T., Chan K.F. The Competitiveness of Small and Medium Enterprises. A Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies. *Journal of Business Venturing*. 2002. № 17(1). P. 123–142.
9. Кузьмін О.Є. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика. Монографія. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2011. 180 с.

References:

1. Siudek T., Zawojcka A. (2014) Competitiveness in the economic concepts, theories and empirical research. *Oeconomia*, vol. 13 (1), pp. 91–108.
2. Aiginger K. (2006) Competitiveness: from a dangerous obsession to a welfare creating ability with positive externalities. *J Ind Compet Trade*, vol. 6(2), pp. 161–177.
3. Porter M., Ketels C., Delgado M. (2007) The microeconomic foundations of prosperity: findings from the business competitiveness index. The Global Competitiveness Report 2007–2008, pp. 51–81.
4. Voinescu R., Moisoiu C. (2015) Competitiveness, Theoretical and Policy Approaches. Towards a More Competitive EU. *Procedia Economics and Finance*, vol. 22, pp. 512–521.
5. Krugman P., Obstfeld M. (1994) International economics: theory and policy. 3^a ed. New York, USA: Harper Collins.
6. World Competitiveness Ranking. Available at: <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/2023/>
7. Peasley J. (2023) Ranked: The World's Most Competitive Countries (2019-2023). *Visual Capitalist*, June 30, Available at: <https://www.visualcapitalist.com/cp/competitive-countries-rankings/>
8. Man W.Y., Lau T., Chan K.F. (2002) The Competitiveness of Small and Medium Enterprises. A Conceptualization with Focus on Entrepreneurial Competencies. *Journal of Business Venturing*, vol. 17(1), pp. 123–142.
9. Kuzmin O. (2011) Konkurentospromozhnist pidprijemstva: planuvannia ta diahnozyka [Enterprise competitiveness: planning and diagnosis], Monograph. Ivano-Frankivsk: IFNTUNG, 180 p.

УДК 334.012.63.64:355(477)

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-8>**Кобеля-Звір М.Я.**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики,
Львівський торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5627-9408>**Kobelya-Zvir Maryana**

Lviv University of Trade and Economics

ГРАНТОВІ ПРОГРАМИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА: МОЖЛИВОСТІ, ПЕРСПЕКТИВИ, ПЕРЕПОНИ

У статті розглянуто основні транскордонні грантові програми, в яких Україна може брати участь, задля реалізації спільних програм. Це грантові інструменти для розвитку малого та середнього бізнесу, представників виконавчої влади та місцевого самоврядування, громадського сектору. Окреслено основні можливості використання грантів транскордонних програм для влади, громади та підприємництва України. Описано основні та найбільші транскордонні програми: «Польща-Україна», «Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна», «Румунія – Україна», Програма Басейну Чорного моря, Програма Дунайського регіону 2021–2027. Продемонстровано перспективи використання грантових інструментів у межах кожної програми. Акцентовано на їх пріоритетах та напрямках підтримки для проектів органів влади, місцевого самоврядування, громадськості та бізнесу про грантові можливості транскордонних програм; відсутність потрібної кількості фахівців, які здатні готувати конкурентоспроможні грантові пропозиції; для участі у переважній більшості транскордонних грантових програм необхідне партнерство організації щонайменше з двох сусідніх держав. Підсумовано, що залучення та використання грантових інструментів транскордонних програм представниками бізнесу, організацій громадянського суспільства, органами виконавчої влади та місцевого самоврядування є важливим, а часто єдиним джерелом фінансування необхідних проектів. Активна участь України у транскордонних програмах зумовлює встановлення і поглиблення економічних, соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин із прикордонними державами. Подолання бар'єрів та перепон можливе за умови широкої інформаційної підтримки з боку представників програм в Україні, контактних пунктів, органів влади та засобів масової інформації.

Ключові слова: європейські гранти, гранти, грантова підтримка, транскордонні програми, транскордонне співробітництво.

GRANT PROGRAMS OF TRANSBORDER COOPERATION: OPPORTUNITIES, PROSPECTS, OBSTACLES

The article examines the main cross-border grant programs in which Ukraine can participate in order to implement joint programs. These are grant instruments for the development of small and medium-sized businesses, representatives of the executive power and local self-government, and the public sector. The main possibilities of using grants of cross-border programs for the government, community and entrepreneurship of Ukraine are outlined. The main and largest cross-border programs are described: "Poland-Ukraine", "Hungary-Slovakia-Romania-Ukraine", "Romania – Ukraine", the Black Sea Basin Program, the Danube Region Program 2021–2027. The prospects of using grant instruments within each program are demonstrated. Emphasis is placed on their priorities and areas of support for projects of authorities, local self-government, representatives of business and the public sector. The main goals and tasks of each program are highlighted, with the areas of support in Ukraine highlighted. The sluggish process of participation of potential grant recipients in cross-border grant programs was analyzed. The reasons for the non-active use of grant, irrevocable, targeted assistance from these programs were emphasized, including: low awareness of representatives of the executive power, local self-government bodies, the public and business about the grant opportunities of cross-border programs; lack of the required number of specialists who are able to prepare competitive grant proposals; participation in the vast majority of cross-border grant programs requires the partnership of an organization from at least two neighboring states. It is concluded that the involvement and use of grant tools of cross-border programs by representatives of business, civil society organizations, executive power and local self-government bodies is an important, and often the only source of financing necessary projects. Ukraine's active participation in cross-border programs determines the establishment and deepening of economic, social, scientific and technical, ecological, cultural and other relations with the border states. Overcoming barriers and obstacles is possible under the condition of broad informational support from representatives of programs in Ukraine, contact points, authorities and mass media.

Keywords: European grants, grants, grant support, cross-border programs, cross-border cooperation.

JEL classification: G30, M29, O16, O19, F33

Постановка проблеми. З того часу, як Європейський Союз офіційно визнав незалежність України, у грудні 1991 року для нашої держави відкрилися можливості співробітництва з країнами ЄС. На реалізацію

політики згуртованості ЄС Україна доєдналася до ряду транскордонних програм.

Європейська Програма ЄС INTERREG, що з 1990 року зосереджується на транскордонній співп-

раці та транснаціональному та міжрегіональному співробітництві, актуалізувала для України ряд програм, серед яких: «Польща-Україна», «Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна», «Румунія – Україна», Програма Басейну Чорного моря, Програма Дунайського регіону [1].

У межах цих програм щороку відкриваються десятки грантів для розвитку малого та середнього бізнесу, громадського сектору, представників виконавчої влади та місцевого самоврядування. Проте потенційні заявники неактивно користуються цими можливостями. Усім охочим користуватися грантовими інструментами транскордонних програм необхідно бути своєчасно поінформованими про ці можливості та перспективи залучення безповоротного фінансування, а також мати в своєму колі високопрофесійних фахівців із формування проектних пропозицій для участі у конкурсних відборах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань, пов'язаних із транскордонним співробітництвом України, займалися ряд науковців. Серед них: П. Беленький, М. Долішній, В. Євдокименко, М. Лендєл, М. Мальський, А. Мельник, Н. Мікула, А. Мокій, В. Пила, С. Пирожков, С. Писаренко, П. Шилепницький, О. Свеженцева, І. Вовканич, І.Л. Горват, О. Корнелюк, Л. Газуда, М. Рубіш, Ю.Р. Лемко, О. Зарічна та ін.

Зокрема, Оксана Свеженцева, Іван Вовканич, Ірина Люба Горват зазначали: «Сьогодні реалізовується концептуальна модель, у якій головна роль відводиться активізації наукової, інноваційної та міжнародної діяльності. Це водночас сприяє розширенню та зміцненню двосторонньої співпраці країн, інституцій та людей» [7]. Корнелюк О. наголошувала: «Трансдордонні програми є важливим, а інколи єдиним джерелом фінансування необхідних проектів, однак потрібно змінити наявний підхід до сприйняття трансдордонного співробітництва лише як джерела залучення коштів, а сприймати його як можливість запровадження європейських стандартів у всіх сферах життя» [4]. Лемко Ю.Р. зауважує: «Розвиток трансдордонної співпраці України, Польщі та Білорусі матиме наслідки в кількох вимірах. По-перше, йдеться про посилення міжінституційної та міжособистісної співпраці, що сприятиме стійкому трансдордонному партнерству між державами, підвищенню конкурентоспроможності регіонів учасниць, окремих громад. По-друге, зростатиме можливість виходу українських товаровиробників на європейський ринок та ринок країн-партнерів, виявлятимуться та розвиватимуться нові ринкові можливості» [5]. Газуда Л.М., Рубіш М.А. зазначали: «Європейський досвід свідчить, що трансдордонне співробітництво (ТКС) сприяє подоланню територіальної незбалансованості (просторових розривів між виробництвом та споживанням) економіки регіону, що є суттєвим фактором, оскільки існують значні диспропорції між прикордонними адміністративно-територіальними одиницями України та сусідніх держав» [3]. О. Зарічна наголошувала: «Важливим завданням для розвитку трансдордонного партнерства є досягнення синергетичного ефекту в результаті глибокої взаємодії міністерств і відомств при реалізації програм і заходів інтенсифікації інноваційного розвитку; виділення загальносистемних цілей, напрямів і важелів держав-

ної інноваційної політики, які повномасштабно реалізуються на національному рівні та їх доповнення на рівні територіально-адміністративних одиниць; розгортання поліфункціональних макроекономічних програм зі стимулювання розвитку інноваційного підприємництва; досягнення ефекту державно-приватного партнерства в результаті реалізації пріоритетних програм, методів, важелів і заходів; формування інноваційних кластерів» [6].

Однак динамічне зростання кількості трансдордонних проектів та поява нових трансдордонних програм зумовлює необхідність подальших досліджень у цьому напрямі.

Постановка завдання. Метою дослідження є розкрити можливості, перспективи та перепони в залученні грантових ресурсів програм трансдордонного співробітництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відносини між Україною та Європейським Союзом (на той час Європейськими Співтовариствами) були започатковані у грудні 1991 року [2]. З того часу розпочалася співпраця у різних напрямках: спільної зовнішньої та безпекової політики, у сфері юстиції, свободи та безпеки, торговельно-економічне співробітництво тощо. На реалізацію політики згуртованості ЄС діє Програма INTERREG, яка з 1990 року зосереджується на трансдордонній співпраці. Згодом вона розширилася, включивши транснаціональне та міжрегіональне співробітництво [1]. Для України таке співробітництво проявилось в залученні грантового фінансування на реалізацію сотень ініціатив.

INTERREG є ключовим інструментом Європейського Союзу (ЄС), який зміцнює співпрацю між регіонами та країнами ЄС. Як частина політики згуртованості ЄС INTERREG відіграє важливу роль у сприянні регіональному розвитку, згуртованості та зменшенні економічної нерівності. У період 2021–2027 років INTERREG зосереджений на вирішенні поточних викликів, таких як зміна клімату, цифрова трансформація та соціальна інтеграція. 2021–2027 є шостим періодом INTERREG, тому він називається INTERREG VI. З бюджетом майже 10 мільярдів євро близько 100 програм INTERREG діють за кордоном, як всередині ЄС, так і за його межами, сприяючи реалізації основних пріоритетів політики згуртованості ЄС [1]. Ця програма трансдордонного співробітництва (ТКС) підтримує процеси розвитку на прикордонній території шляхом фінансування різноманітних проектів. Проекти, що фінансуються у межах програми, демонструють сильний трансдордонний ефект не лише завдяки партнерству між інституціями країн, але насамперед завдяки результатам діяльності та позитивному впливу цих проектів на прикордонні території [1].

Програма «Польща-Україна». Програма трансдордонного співробітництва «Польща-Україна» до повномасштабного вторгнення називалася «Польща-Білорусь-Україна». Завдяки спільним проектам, реалізованим у межах трьох фінансових періодів Програми Польща-(Білорусь)-Україна, втілено багато корисних ініціатив для польсько-українського прикордоння. За кошти з бюджету Європейського Союзу співфінансували модернізацію та будівництво нових доріг і пунктів пропуску, покращили безпеку мешканців, доступ

до чистого довкілля та води, сприяли будівництву та обладнанню лікарень, збільшили туристичний потенціал регіону та допомагали налагодити добрі стосунки між мешканцями регіону. Станом на зараз Програма підтримує процеси розвитку на прикордонних територіях Польщі та України шляхом співфінансування різноманітних проектів. Усі проекти, що фінансуються в рамках Програми, є некомерційними та сприяють покращенню якості життя жителів Східної Польщі та Західної України. Кожен проект, що співфінансується, повинен продемонструвати сильний транскордонний вплив не лише завдяки партнерству між установами, але насамперед завдяки результатам діяльності та їх позитивному впливу на прикордонну територію та її мешканців.

Тематичні цілі та відповідні пріоритети:

СПАДЩИНА

Пріоритет 1.1 Промоція місцевої культури та історії

Пріоритет 1.2 Промоція і збереження природної спадщини

ДОСТУПНІСТЬ

Пріоритет 2.1 Покращення та розвиток транспортних послуг та інфраструктури

Пріоритет 2.2 Розвиток інфраструктури ІКТ

БЕЗПЕКА

Пріоритет 3.1 Підтримка розвитку охорони здоров'я та соціальних послуг

Пріоритет 3.2 Вирішення спільних проблем безпеки КОРДОНІ

Пріоритет 4.1 Сприяння ефективності та безпеці кордонів

Пріоритет 4.2 Покращення діяльності з управління кордонами, митних і візових процедур [8].

Програма «Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна». Програмний документ Interreg для реалізації Програми Interreg VI-A NEXT Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна 2021–2027 був схвалений Європейською Комісією 3 листопада 2022 року. Програма виділяє 66 мільйонів євро фінансування ЄС від NDICI (Інструмент сусідства, розвитку та міжнародного співробітництва), а також із джерел ЄФРР (Європейський фонд регіонального розвитку). Програма HU-SK-RO-UA Interreg NEXT спрямована на розвиток угорсько-словацько-румунсько-українського прикордонного регіону та має особливе зобов'язання наздогнати українську територію Програми. Територія Програми складається з наступних територіальних одиниць: повіт Саболч-Сатмар-Берег і повіт Боршод-Абауй-Земплен в Угорщині, Кошицький край і Прешовський край у Словаччині, Марамуреш, Сату-Маре і Сучава в Румунії, Закарпатська область, Івано-Франківська область та Чернівецька область в Україні. Програма побудована за трьома пріоритетами:

- Стійкий і зелений прикордонний регіон.
- Здоровий і привабливий прикордонний регіон.
- Прикордонний регіон, що співпрацює.

Проекти мають бути спрямовані на одну з наступних конкретних цілей:

- сприяння адаптації до зміни клімату та запобігання ризику лих;
- збільшення біорізноманіття та зменшення всіх форм забруднення;
- забезпечення рівного доступу до медичної допомоги;

– підвищення ролі культури та сталого туризму в економічному розвитку, соціальному залученні та соціальних інноваціях;

– посилення співпраці між громадянами, суб'єктами громадянського суспільства та установами [10].

Програма басейну Чорного моря. Програма має на меті залишатися платформою, де зв'язки між країнами-учасницями зміцнюються та створюються нові, а також де регіональні учасники збираються разом і роблять внесок у стале управління ресурсами на користь місцевих громадян. Програма сприятиме подальшому поглибленню транскордонної співпраці в басейні Чорного моря в транснаціональній конфігурації, підтримуючи три конкретні цілі:

– Розвиток і посилення дослідницького та інноваційного потенціалу.

– Сприяння адаптації до зміни клімату та запобігання ризику лих.

– Посилення захисту та збереження природи, біорізноманіття та зеленої інфраструктури.

Програма спирається на попередню структуру співпраці, Програму транскордонного співробітництва ЄСП Чорноморського басейну на 2007–2013 рр. та Програму транскордонного співробітництва Чорноморського басейну ЄСП на 2014–2020 рр., згідно з якими було присуджено та впроваджено 119 проектів у 8 країнах, що оточують Чорноморський басейн [11].

Програма «Румунія – Україна». Програма охоплює 5 повітів Румунії, а саме: Сату-Маре, Марамуреш, Сучава, Ботошані, Тулча, а також Закарпатську, Івано-Франківську, Чернівецьку та Одеську області в Україні.

Пріоритет 1. Екологічна спрямованість через кордони. Бюджет пріоритету: 18 899 346 євро. Передбачається, що проекти вирішуватимуть проблеми зміни клімату та запобігання ризику катастроф, а також біорізноманіття.

Пріоритет 2. Соціальний розвиток за кордоном. Бюджет пріоритету: 26 946 639 євро. Передбачається, що проекти вирішуватимуть проблеми освіти, охорони здоров'я, культури.

Пріоритет 3. Прикордонне співробітництво. Бюджет пріоритету: 2 412 947 євро. Передбачається, що проекти працюватимуть задля безпечніших кордонів [9].

Програма Дунайського регіону 2021–2027. Дунайська транснаціональна програма є фінансовим та євроінтеграційним інструментом. Метою Програми є розвиток громад у 14 країнах Дунайського регіону (Австрія, Боснія і Герцеговина, Болгарія, Хорватія, Чеська Республіка, Німеччина, Угорщина, Молдова, Чорногорія, Румунія, Сербія, Словенія, Словаччина та Україна) шляхом зміцнення транскордонного співробітництва. Українська частина Дунайського регіону охоплює Одеську, Івано-Франківську, Чернівецьку та Закарпатську області. Брати участь у конкурсах проектних пропозицій можуть місцеві та регіональні органи влади, міжнародні організації, неприбуткові установи. Програма сприяє якісним змінам регіону через фінансування проектів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності бізнесу, інвестування в соціальні інновації, розвиток енергоефективності, розбудови інституційної спроможності та подолання екологічних загроз. Формат Програми передбачає проведення

щорічних конкурсів проектних заявок для потенційних партнерів [12].

Попри той факт, що кількість та можливості транскордонних програм для нашої держави в останні роки почали стрімко зростати, значна частина коштів залишається неосвоєною потенційними грантоотримувачами з України. Як свідчать результати опитування, проведеного Центром розвитку «Час змін» у 2023 році, на заваді до отримання грантів транскордонних програм стають ряд причин [13]. Розглянемо основні:

1. Низька обізнаність представників виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадськості та бізнесу про грантові можливості транскордонних програм. Причиною цього є брак інформації в ЗМІ та соціальних мережах про актуальні грантові програми транскордонного співробітництва. Водночас варто зазначити, що контактні пункти цих програм інформують про грантові програми на своїх веб-сайтах [8; 9; 10; 11; 12]. До того ж, інформацію про актуальні конкурси можна знайти у відкритому доступі на сайтах ряду NGO, таких як Центр розвитку «ЧАС ЗМІН» [13] тощо. Інформація про успішні профінансовані проекти стає інформаційним приводом у національних та регіональних ЗМІ. Але для більшості потенційних грантоотримувачів гранти є, як вони самі зазначають, «далекими» та «незрозумілими» [13]. Це є наслідком того, що в медійному полі відсутня належна інформаційна кампанія про грантові можливості від транскордонних програм для громад, бізнесу та влади. Дієвим інструментом у нинішніх умовах є проведення комплексної інформаційно-роз'яснювальної, просвітницької та комунікаційної кампанії на рівні органів місцевого самоврядування, виконавчої влади та регіональних ЗМІ із залученням представників програм. Таку широку промоційну діяльність варто доповнити презентацією успішних кейсів реалізованих проектів.

2. Відсутність потрібної кількості фахівців, які здатні готувати конкурентоспроможні грантові пропозиції. Транскордонні грантові програми по праву вважаються одними з найскладніших для участі грантерів. Доказом цього є сотні сторінок інструкцій для заявників та роз'яснень Програми [8–12]. Одним із етапів процесу залучення грантових ресурсів від транскордонних програм є розробка проектних пропозицій. Щоб сформувати конкурентоспроможну грантову заявку, потрібні навички фандрейзингу, проектного менеджменту та грантрайтингу. Такими уміннями

володіють далеко не всі представники робочих груп, яким делеговано працювати над залученням грантових ресурсів транскордонних програм. А тому часто спроби отримати грант є неуспішними. Дієвим методом є поєднання інформування потенційних заявників про пріоритети транскордонних грантових програм із реалізацією широкої просвітницької роботи, проведенням зустрічей-навчань практичного спрямування за участі представників контактних пунктів. А тим, хто хоче системно працювати з грантовими ресурсами, варто заручитися підтримкою фахівців із грантрайтингу та фандрейзингу. В Україні є ряд консалтингових компаній, які надають такі послуги. До прикладу, Центр розвитку «ЧАС ЗМІН».

3. Для участі у переважній більшості транскордонних грантових програм необхідне партнерство організацій щонайменше з двох сусідніх держав. А це означає, що фінансування стає можливим лише за умови виконання цієї суттєвої вимоги програм. Це часто стає перешкодою для участі в грантових конкурсах українських організацій. Адже їх представники мають суб'єктивні твердження, що знайти партнера для запланованої діяльності за кордоном дуже важко, особливо в умовах обмеженої мобільності, пов'язаної з війною. Проте через свою необізнаність у цих питаннях потенційні заявники не використовують можливості знайти партнерів у країнах ЄС безпосередньо на сайтах програм та використовуючи взаємодію з контактними пунктами програм. Ефективним інструментом для подолання суб'єктивних бар'єрів у потенційних заявників є реалізація широкої роз'яснювальної кампанії щодо можливостей пошуку партнерів, використовуючи дороговкази та рекомендації представників програм.

Висновки. Грантові інструменти транскордонних програм, такі як: програми «Польща-Україна», «Угорщина-Словаччина-Румунія-Україна», «Румунія – Україна», Програма Басейну Чорного Моря, Програма Дунайського Регіону 2021–2027, є важливим, а часто єдиним джерелом фінансування необхідних проектів для розвитку бізнесу, громадського сектору, влади та громад. Проте ефективність використання цих грантових ресурсів прямо залежить від доступності інформації про можливості такого співробітництва та умінь заявників формувати конкурентоспроможні проектні пропозиції. Однак необхідно змінити підхід до промоції цих програм в Україні, доповнивши цей процес широкою просвітницькою та навчальною діяльністю.

Список використаних джерел:

1. Interreg 2021–2027: сприяння співпраці для зміцнення Європи. URL: <https://interreg.eu/about-interreg/> (дата звернення: 15.08.2023).
2. Відносини Україна-ЄС. URL: <https://mfa.gov.ua/yevropejska-integraciya/vidnosini-ukrayina-yes> (дата звернення: 11.08.2023).
3. Газуда Л. М., Рубіш М. А. Спільні інвестиційні проекти та програми транскордонного співробітництва і ЗЕД регіону. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/15112> (дата звернення: 15.08.2023).
4. Корнелюк О. Транскордонні програми та проекти в Україні. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. 2 (10), 2021. URL: <https://www.relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/209/199> (дата звернення: 11.08.2023).
5. Лемко Ю.Р. Перспективи розвитку транскордонних відносин Польщі, України та Білорусі. URL: http://www.regionalstudies.uzhnu.edu.ua/archive/23/23_2020.pdf#page=28 (дата звернення: 13.08.2023).
6. Зарічна О. Стимулювання розвитку інноваційного підприємництва на засадах транскордонного партнерства. URL: <http://jrn1.knutd.edu.ua/index.php/bknutde/article/view/223/244> (дата звернення: 15.08.2023).
7. Оксана Свеженцева, Іван Вовканич, Ірина Люба Горват. Українсько-румунські транскордонні проекти: освітньо-науковий компонент. URL: <http://visnyk-international.uzhnu.edu.ua/article/view/260111> (дата звернення: 17.08.2023).

8. Програма «Польща – Україна 2021–2027». URL: <https://pl-ua.eu/ua> (дата звернення: 15.08.2023).
9. Програма «Румунія – Україна». URL: <https://ro-ua.net/en/> (дата звернення: 15.08.2023).
10. Програма «Угорщина – Словаччина – Румунія – Україна». URL: <https://huskroua-cbc.eu/about/huskroua-2021-2027> (дата звернення: 15.08.2023).
11. Програма Басейну Чорного Моря NEXT. URL: <https://blacksea-cbc.net/interreg-next-bsb-2021-2027> (дата звернення: 15.08.2023).
12. Програма Дунайського Регіону 2021–2027. URL: <https://www.interreg-danube.eu/dtp-archive/about-dtp/new-funding-2021-2027> (дата звернення: 15.08.2023).
13. Центр розвитку «ЧАС ЗМІН». URL: <http://www.chaszmin.com.ua/> (дата звернення: 06.08.2023).

References:

1. Interreg 2021–2027: spriannia spivpratsi dlia zmitsnennia Yevropy [Interreg 2021–2027: promoting cooperation to strengthen Europe]. Available at: <https://interreg.eu/about-interreg/> (accessed 15 August 2023).
2. Vidnosyny Ukraina-YeS [Ukraine-EU relations]. Available at: <https://mfa.gov.ua/yevropejska-integraciya/vidnosini-ukrayina-yes> (accessed 11 August 2023).
3. Hazuda L.M., Rubish M.A. Spil'ni investytsijni proekty ta prohramy transkordonnoho spivrobotnytstva i ZED rehionu [Joint investment projects and programs of cross-border cooperation and economic cooperation of the region]. Available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/15112> (accessed 15 August 2023).
4. Korneliuk O. (2021) Transkordonni prohramy ta proiekty v Ukraini. Cross-border programs and projects in Ukraine [International relations, public communications and regional studies]. Mizhnarodni vidnosyny, suspil'ni komunikatsii ta rehional'ni studii [International relations, public communications and regional studies]. 2 (10). Available at: <https://www.relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/209/199> (accessed 11 August 2023).
5. Lemko Yu.R. Perspektyvy rozvytku transkordonnykh vidnosyn Pol'schi, Ukrainy ta Bilorusi [Prospects for the development of cross-border relations between Poland, Ukraine and Belarus]. Available at: http://www.regionalstudies.uzhnu.uz.ua/archive/23/23_2020.pdf#page=28 (accessed 13 August 2023).
6. Zarichna O. Strymuivannia rozvytku innovatsijnoho pidpriemnytstva na zasadakh transkordonnoho partnerstva [Stimulating the development of innovative entrepreneurship on the basis of cross-border partnership]. Available at: <http://jrn.knutd.edu.ua/index.php/bkntde/article/view/223/244> (accessed 15 August 2023).
7. Oksana Sviezhentseva, Ivan Vovkanych, Iryna Liuba Horvat. Ukrain's'ko-romun's'ki transkordonni proiekty: osvith'o-naukovyj komponent [Ukrainian-Romanian cross-border projects: educational and scientific component]. Available at: <http://visnyk-international.uzhnu.edu.ua/article/view/260111> (accessed 17 August 2023).
8. Prohrama «Pol'scha–Ukraina 2021–2027» [«Poland-Ukraine 2021–2027» program]. Available at: <https://pl-ua.eu/ua> (accessed 15 August 2023).
9. Prohrama «Rumuniia – Ukraina» [«Romania – Ukraine» program]. Available at: <https://ro-ua.net/en/> (accessed 15 August 2023).
10. Prohrama «Uhorschyna-Slovachchyna-Rumuniia-Ukraina» [«Hungary-Slovakia-Romania-Ukraine» program]. Available at: <https://huskroua-cbc.eu/about/huskroua-2021-2027> (accessed 15 August 2023).
11. Prohrama basejnu Chornoho moria NEXT [Black Sea Basin NEXT program]. Available at: <https://blacksea-cbc.net/interreg-next-bsb-2021-2027> (accessed 15 August 2023).
12. Prohrama Dunajs'koho rehionu 2021–2027 [Program of the Danube Region 2021–2027]. Available at: <https://www.interreg-danube.eu/dtp-archive/about-dtp/new-funding-2021-2027> (accessed 15 August 2023).
13. Tsentr rozvytku «ChAS ZMIN» [«TIME OF CHANGES» development center]. Available at: <http://www.chaszmin.com.ua/> (accessed 06 August 2023).

УДК 658

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-9>**Ковальський А.О.**докторант кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності,
Одеський національний економічний університет**Kovalskiy Andrii**

Odessa National Economic University

ІНСТИТУЦІОНАЛІЗАЦІЯ: ПРОЦЕСИ ТА ЕЛЕМЕНТИ У СВІТЛІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

Більш ніж через два десятиліття після конференції з навколишнього середовища та розвитку в Ріо в 1992 році сталий розвиток залишається великою проблемою. Політика та адміністрація, особливо в демократичних суспільствах, несуть особливу відповідальність за координацію сталого розвитку. Щоб виконати цю роль, регулятивну ідею стійкості необхідно інтегрувати в процес прийняття рішень у політиці та управлінні на всіх рівнях, від місцевого до глобального. Беручи це до уваги, ми проаналізували розвиток інституціоналізації сталого розвитку як наскрізну та довгострокову проблему. Базуючись на теоретико-концептуальній основі, що випливає з теорії демократії, бюрократії та політичного керування/врядування, ми застосували якісні методи, щоб зрозуміти, як стійкість інтегрована в політико-адміністративну практику. У цій статті ми розглядаємо елементи та процеси інституціоналізації та представимо погляд на те як саме як розуміють стійкість на рівні формування стратегій.

Ключові слова: інституціоналізація, стійкий розвиток, управління, установа.

INSTITUTIONALIZATION: PROCESSES AND ELEMENTS IN THE LIGHT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

More than two decades after the 1992 Rio Conference on Environment and Development, sustainable development remains a major challenge. Politics and administration, especially in democratic societies, have a special responsibility for coordinating sustainable development. To fulfill this role, the regulative idea of sustainability must be integrated into policy and governance decision-making at all levels, from the local to the global. Taking this into account, we analyzed the development of the institutionalization of sustainable development as a cross-cutting and long-term problem. Drawing on a theoretical-conceptual framework derived from the theory of democracy, bureaucracy and political management/governance, we applied qualitative methods to understand how sustainability is integrated into political-administrative practice. In this article, we examine the elements and processes of institutionalization and present a perspective on how exactly sustainability is understood at the level of strategy formation. A deep analysis of the dynamics of the development of processes and elements of institutionalization indicates that the old institutional economics and the new institutional sociology can become an effective basis for an extended theoretical study of social and environmental accounting and reporting. The interaction of these two theories allows consideration of various aspects of institutions and their dynamics, including regulatory, normative and cultural-cognitive aspects. It is important to approach aspects of the old institutional economy, where the emphasis is on normative and customary aspects such as norms, conventions, rules and routines. The old theorists of institutional economics emphasize the importance of habits, procedures, and rules that define and maintain existing forms of behavior. Routines are «patterns of thought and action commonly adopted by groups of individuals», while rules are «a formally recognized way in which 'what should be done'». This approach reveals the difference between stable routines and formally defined rules that can be subject to change and institutionalization. On the other hand, new institutionalism is defined by a shift in focus from normative elements to shared understandings of social reality, such as symbols, meanings, and beliefs. He considers cultural and cognitive elements, as well as regulatory, as socially constructed phenomena that define a «common structure» for perceiving events and taking actions. As for the concept of «sustainable development», it can be concluded that it is a complex and ambiguous term that does not have a strict definition, but covers various aspects and understanding. Different points of view lead to different interpretations of this concept. As noted in the sources, in the additive model of sustainability, different actors may prioritize different aspects of sustainability (social, economic, environmental), depending on their interests and field of activity.

Keywords: institutionalization, sustainable development, management, institution.

JEL classification: Q01, H12, G20

Постановка проблеми. Розвиток до сталого (світового) суспільства залишається постійним викликом. Численні глобальні оцінки екологічної, економічної та соціальної динаміки, опубліковані під час Конференції ООН зі сталого розвитку в Ріо-де-Жанейро («Ріо+20») у 2012 році, свідчать, серед іншого, що глобальні викиди парникових газів все ще зростають, втрата біорізноманіття прискорюється, соціальна нерівність зростає, а економічна нестабільність загрожуює згуртованості суспільства та політичній стабільності (наприклад [1]). Розміщення цих зусиль у

довгостроковій перспективі щодо екологічних, економічних і соціальних подій (шляхом аналізу ключових показників, таких як зростання населення, валовий внутрішній продукт, зменшення рибних запасів, надходження азоту, індивідуальна моторизована мобільність або навіть поширення McDonald's ресторани як проксі для масового споживання), можна спостерігати експоненціальні темпи зростання від початку промислової революції в 18 столітті до теперішнього часу [2]. Зростання населення та зростання матеріальних благ, які дуже нерівномірно розподіляються між кра-

інами та всередині них, ставить під загрозу життєзабезпечувальні системи Землі [3]. Як показують ці та інші дослідження, прогрес у зусиллях з модернізації навколишнього середовища, зокрема за допомогою еко-технологічних інновацій за останні кілька десятиліть, значно випередив економічне (матеріальне) зростання. Таким чином, після більш ніж 40 років дискусій про навколишнє середовище та інституціоналізації екологічних практик у політиці, управлінні, бізнесі та громадянському суспільстві в усьому світі, а також після 22 років дискурсу та практики щодо сталого розвитку, можна стверджувати, що дійсно ця проблематика є першорядною: на локальному, національному та міжнародному рівнях. Очевидно, значні зміни в політиці захисту навколишнього середовища, інституціоналізації екологічної бюрократії, розповсюдження управління навколишнім середовищем у приватному секторі, підвищення екологічної свідомості громадян, активне громадянське суспільство, або поява міждисциплінарних наук про навколишнє середовище та екологічна освіта виявляються занадто вузькими, щоб стимулювати необхідні соціально-матеріальні перетворення [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки серед експертів зі сталого розвитку почалися ширші дебати щодо необхідності більш фундаментальних інституційних перетворень [5; 6]. Поряд із загальними теоретико-концептуальними підходами, що зосереджуються на інституційних викликах для соціально-екологічного управління [7] або суспільних переходів у цілому, таких як управління переходами [8], галузева інституціоналізація стійкості в різних сферах суспільства була предметом дослідження. концептуальні та емпіричні дослідження, наприклад, щодо бізнесу та управління сталим розвитком, науки та освіти для сталого розвитку або сталого розвитку та громадянського суспільства. Особлива відповідальність за сталий розвиток у демократичних суспільствах лежить на політико-адміністративній системі [9]. Відповідно, існує низка концептуальних і менша кількість емпіричних досліджень щодо інституціоналізації стійкості в багаторівневій політико-адміністративній системі. Ці дослідження або обговорюють фундаментальні концептуальні питання [10], або аналізують стратегії сталого розвитку та їх впровадження, переважно за допомогою методів кабінетних досліджень [11]. Ці аналітичні погляди допомагають отримати базове розуміння загальних вимог інституціоналізації стійкості як регулятивної ідеї у виробленні політики. Крім того, вони надають огляд статус-кво (національних) стратегій сталого розвитку та їх впровадження [12]. Однак необхідні більш диференційовані погляди щодо конкретного моделювання інституційних механізмів, його структурної та процедурної конкретизації та його актуальності для політичної адміністративної практики, що виходить за рамки основних теоретичних і концептуальних підходів (нео) інституціоналізації або порівняльних оглядових досліджень національних стратегій сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Інституціоналізація: елементи та процеси. Стара інституційна економіка та нова інституційна соціологія можуть забезпечити ефективну основу для «багатшого теоретичного» дослідження [13], як зтверджує Adams &

Larrinaga-González, складності соціального та екологічного обліку та звітності «в дії», оскільки ці теорії, якщо їх прийняти взаємно, дозволяють розглядати різні «стовпи» (тобто «регулятивні, нормативні та культурно-когнітивні») [14] і відповідну динаміку, яка становить і характеризує інституції та інституційне життя. Як зауважив Скотт (2001), кожен із цих елементів розглядався теоретиками старої інституційної економіки та нової інституційної соціології як ключовий аспект інститутів та інституційної динаміки.

З одного боку, було особливо наголошено на актуальності нормативних та звичних аспектів (наприклад, норм, конвенцій, правил і розпорядку) інститутів у старій інституційній економіці. Загалом, старі теоретики інституційної економіки наголошують на домінуванні звичок, процедур і правил, які спонукають суб'єктів приймати та відтворювати існуючі форми поведінки [15]. Поки рутини посилюються до «моделей мислення та дій, які зазвичай приймаються групами індивідів», правила «можна визначити як формально визнаний спосіб, у який «що має робитися». . . [15]. Іншими словами, рутину можна зобразити як процедури, які зазвичай і фактично дотримуються та впроваджуються, тоді як правила містять формально встановлені правила, які слід «застосовувати в постановці/відтворенні соціального життя». Як зауважили Бернс і Скапенс [15], переважаючи правила і процедури, незважаючи на те, що вони є відносно стабільними і довговічними, можуть бути піддані процесу змін, включаючи інституціоналізацію, яку можуть сприяти агенти в їхньому процесі «прийняття та відтворення» [15].

З іншого боку, нова інституційна соціологія (див., наприклад [16; 17; 14]), інша актуальна перспектива в теорії організації [18], підкреслює когнітивні та культурні елементи інституцій та інституційного життя. Зміщення фокусу з нормативних і регулятивних елементів (норм, процедур, правил) на спільне розуміння соціальної реальності (символи, значення, переконання) відрізняє новий інституціоналізм від інших точок зору [19; 17]. Для багатьох нових інституціоналістичних системи значень, символи та когнітивні переконання є не просто суб'єктивними та індивідуалізованими розумовими конструктами, а скоріше зовнішніми та соціально сконструйованими явищами [19].

Вони забезпечують членів організації «спільною структурою» для «відчуття поточного потоку подій» [14] і для прийняття організаційних та індивідуальних дій. Культурно-когнітивні елементи (цінності, значення та символи) так само, як і нормативно-регулятивні стовпи (наприклад, рутини та правила), також можуть бути піддані процесу інституціоналізації.

Це можна концептуалізувати як механізм, за допомогою якого різні елементи інституційного та соціального життя, починаючи від концепцій, цінностей, вірувань і систем значень до соціально-економічних практик і структур, стають даними, звичними і сприймаються як належне. ([13; 16; 20]) у конкретному контексті: суспільство, кластер організацій, організація та внутрішньоорганізаційні підсистеми [14]. Зокрема, у цій статті, дотримуючись аргументів Цукера [20], інституціоналізація розглядається як кумулятивний і динамічний процес, через який інституційні елементи набувають «різного ступеня» сприйняття як даності та даності.

Процес інституціоналізації, який відбувається на організаційному рівні (тобто мезоінституціоналізм), знаходиться під впливом специфічного інституційного середовища та наявності «потужних інституційних правил, які функціонують як дуже раціоналізовані міфи» [21]. Тому організації, які діють у таких високоінституціоналізованих контекстах, піддаються впливу «потужних сил» [16]. (Ді Маджіо та Пауелл, 1991), щоб прийняти організаційні форми та структури, ізоморфно прагнучи адаптуватися до інституціоналізованих правил [21]. Як зазначив Lounsbury [18], такої ізоморфної поведінки не повинно бути концептуалізується як сліпий і «безглуздий структурно детермінований» механізм реагування на інституційний тиск, а скоріше як «досягнення зусиль», здійснене на основі «інституційної логіки».

Згідно з Ді Маджіо та Пауелом [16], інституційний тиск ізоморфних змін є результатом «трьох механізмів»:

(i) «примусовий», що є наслідком правових вимог і правил;

(ii) «міметика», яка походить від «невизначеності» та створює імітацію;

(iii) «нормативний зв'язок з» існуванням нормативних правил, включно з головним чином тими, що створюються професійними організаціями. Під інституційним впливом цього макроконтексту конкретні організаційні процедури, практики та структури, включаючи (соціальний) облік, інституціоналізуються, коли з часом вони «підтримують» звичне, дане та «[. . .] «сприйняті як належне» способи мислення та діяльності в певній організації» (Burns & Scapens). У результаті цього процесу деякі елементи організаційних структур, після інституціоналізації, стають символічними та функціонують як «міфи, які зобов'язують організації» [21].

Щоб краще зрозуміти інституціоналізацію структур і практик на організаційному рівні (тобто мезоінституціоналізм), важливо проаналізувати когнітивні елементи (наприклад, значення, символи, когнітивні вірування) і пов'язану з ними динаміку інституціоналізації, тобто «мікроінституціоналізм» [20].

Бергер і Лукманн [22], які концептуалізують інститути як символічні структури та системи значень, передбачають процес соціального конструювання інститутів та інституційного світу як такий, що складається з трьох фаз, а саме: (i) екстерналізація; (ii) об'єктивність; і (iii) інтерналізація (обговорення див. також у Scott, 1987, 2001). Згідно з Бергером і Лукманном [22], екстерналізація представляє антропологічну тенденцію людини постійно конструювати через соціальні взаємодії «світ, у який вона екстерналізує себе». У процесі екстерналізації він проектує свої власні значення в реальність» [22]. За допомогою цього механізму люди (виробники) у соціальній взаємодії зі своїми подібними виробляють символічні структури (їхній продукт), до яких надаються значення [14]. Об'єктивність концептуалізується як «процес, за допомогою якого зовнішні продукти людської діяльності набувають характеру об'єктивності» [22]. В результаті об'єктивності символічні структури та системи значень призводять до «щось «там», як реальність, яку переживають спільно з іншими» [14]. Процеси екстерналізації та об'єктивності, які перебувають у постійному діалектичному зв'язку, підтримуються використанням мови, яка забезпечує координати для соціальної вза-

ємодії людей і підтримує, наприклад, через типізацію, загальну об'єктивність повсякденного життя [22].

Третя фаза, яка називається інтерналізацією, визначена Бергером і Лукманом як «негайне сприйняття або інтерпретація об'єктивної події як виражаючого значення» [22]. Термін «негайний», як стверджується в цій статті, слід тлумачити в його етимологічному значенні як щось «опосередковане», тобто безпосереднє, без втручання та/або подальших пояснень. Через процес інтерналізації «об'єктивований світ повертається у свідомість під час соціалізації» [22], а «актор отримує внутрішню мотивацію робити те, що він повинен робити» [20]. У результаті цього процесу агенти визнають «об'єктивований світ» як норму, якій необхідно відповідати.

Як зазначив Скотт [14] (2001), процес побудови систем загального значення розглядається Бергером і Лукманом [22] як процес інституціоналізації. У результаті, як стверджується тут, ідеї, символічні структури, системи цінностей і значень, включаючи «обґрунтування» бухгалтерського обліку, набувають статусу «об'єктивних і зовнішніх» [20] соціальні факти, вбудовані в соціальні та організаційні сфери.

Хоча інституціоналізовані елементи, практики та структури зберігають тенденцію до збереження, вони можуть бути піддані деінституціоналізації [14], тобто «процесу, під час якого легітимність усталеної організаційної практики розмивається або припиняється». Як зазначив Цукер [20], деінституціоналізація, на відміну від інституціоналізації, «рідко буває випадковою». Таким чином, намагаючись запобігти чи зменшити можливості для деінституціоналізації, усталені моделі поведінки можуть бути посилені різними стратегіями, прийнятими на певних рівнях, таких як суспільство, кластер організацій, організації та внутрішньоорганізаційні системи. Бергер і Лукманн [22], наприклад, стверджують, що «побудова рольових типологій є необхідним корелятом інституціоналізації поведінки». Зокрема, в організаційній сфері можуть бути прийняті такі ініціативи, як створення ролей відповідальності та впровадження формальних структур, щоб підтримувати та підвищувати ступінь інституціоналізації переважаючої усталеної практики.

Як ми бачимо процесі інституціоналізації швидко змінюються, з'являються нові уявлення щодо елементів процесу інституціоналізації, що в свою чергу впливає на розуміння «сталого розвитку».

Розуміння сталого розвитку. «Стійкість» можна розглядати як чорну скриньку або загальний термін, який не має повного або вичерпного визначення, охоплюючи різні значення та розуміння. Те, що він включає, залежить від різних точок зору. Наприклад, в адитивній моделі стійкості кожен учасник надає пріоритет одному виміру стійкості [23] – соціальному, економічному чи екологічному – який може бути пов'язаний із сферою його діяльності; наприклад, кожен урядовий департамент зосереджується майже лише на своїй власній сфері, не приділяючи особливої уваги іншим сферам. Що стосується складних взаємозв'язків між економічними, соціальними та екологічними розвитками, однак, більш інтегративне розуміння сталого розвитку видається більш адекватним для проблем сталого розвитку [24]. У цій моделі, яка часто розглядається як модель для наслідування для суспільств, адміністра-

цій, компаній та інших зацікавлених сторін суспільства, завжди визнається взаємодія та взаємозалежність між трьома вимірами сталого розвитку (деякі додають навіть четвертий, культурний вимір). Тут певний державний департамент, наприклад, не лише бере на себе відповідальність за вимір сталого розвитку, пов'язаний з його переважною діяльністю, але також враховує інші виміри та прагне до більш тісної співпраці з паралельними підрозділами в інших департаментах. Інтегративне розуміння сталого розвитку, здається, краще відповідає твердженням, що соціальний та економічний розвиток може відбуватися лише в межах планети [25]. Ці межі визначають потенціал і, одночасно, межу для кожного виду людської діяльності; вони обмежують рамки всього, що становить сучасне життя, навіть якщо потенціал планети може здатися необмеженим для акторів, які прагнуть технологічного розвитку, процвітання та багатства. Неминуче трансформації та зміни в одному з вимірів стійкості завжди впливають на інші виміри. Лише зусилля з усвідомлення, передбачення та інтеграції складнощів, взаємозалежностей і можливих взаємодій у курс дій створюють шанс для справжнього сталого розвитку. Ігнорування одного чи двох із трьох вимірів не може бути успішним у довгостроковій перспективі. Поруч із цим наскрізним елементом вимірів, часовий компонент має ключове значення для сталого розвитку. Ще в 1987 році Всесвітня комісія з навколишнього середовища та розвитку дійшла висновку: говорити про сталість можна лише тоді, коли потреби сьогодення задовольняються таким чином, щоб не обмежувати можливості виживання майбутніх поколінь [26]. Щоб досягти цієї мети, необхідно інтегровано вирішувати економічні, екологічні та соціальні виклики. Це інтегративне розуміння стійкості є основою цього дослідження.

Висновки. Глибокий аналіз динаміки розвитку процесів та елементів інституціоналізації вказує на те, що стара інституційна економіка та нова інституційна соціологія можуть стати ефективною основою для розширеного теоретичного вивчення соціального та екологічного обліку та звітності. Взаємодія цих двох теорій дозволяє розглядати різні аспекти інституцій та їхню динаміку, включаючи регулятивні, нормативні та культурно-когнітивні аспекти. Важливим виявляється підхід до аспектів старої інституційної економіки, де акцент робиться на нормативних і звичних аспектах, таких як норми, конвенції, правила та розпорядок. Старі теоретики інституційної економіки підкреслюють значення звичок, процедур і правил, які визначають і підтримують існуючі форми поведінки. Рутини є «моделями мислення та дій, які зазвичай приймаються групами індивідів», тоді як правила – «формально визначений спосіб, у який що має робитися». Такий підхід розкриває різницю між стабільними рутинами та формально визначеними правилами, що можуть під-

даватися змінам і інституціоналізації. З іншого боку, новий інституціоналізм визначається зміщенням фокусу з нормативних елементів на спільне розуміння соціальної реальності, таких як символи, значення та переконання. Він розглядає культурно-когнітивні елементи, так само як і регулятивні, як соціально сконструйовані явища, що визначають «спільну структуру» для сприйняття подій та прийняття дій.

Процес інституціоналізації, який відбувається в організаціях, базується на механізмах «примусу», «міметики» та «нормативного зв'язку», які впливають на зміни в організаційних структурах та практиках. Ці механізми впливають на інституціоналізацію, змінюючи елементи від концепцій до практик і структур, які стають «даними» і «звичайними». В кінцевому рахунку, нова інституційна соціологія розглядає культурно-когнітивні елементи інституцій як важливі для розуміння їх динаміки та інституціоналізації на різних рівнях, від організацій до суспільства в цілому.

В цілому, необхідно підкреслити важливість взаємодії між старою інституційною економікою та новою інституційною соціологією для збагачення теоретичного підходу до вивчення складності соціального та екологічного обліку та звітності, а також для розуміння динаміки інституцій та їхнього життя, що в свою чергу корисно для дослідження стійкого розвитку у різних компаніях, включаючи комунальний сектор.

Можна зробити висновок о ролі нової інституційної соціології в аналізі інституцій та інституційного життя з акцентом на когнітивні та культурні аспекти. Ця перспектива відрізняється від інших точок зору, які зосереджуються на нормативних та регулятивних елементах, таких як норми, процедури та правила.

Щодо поняття «сталого розвитку», то можна зробити висновок є комплексним і багатозначним терміном, який не має жорсткого визначення, але охоплює різні аспекти і розуміння. Різні точки зору призводять до різних інтерпретацій цього поняття. Як зазначається у джерелах, в адитивній моделі стійкості, різні учасники можуть надавати пріоритет різним аспектам стійкості (соціальному, економічному, екологічному), залежно від їхніх інтересів та сфери діяльності.

Також важливим є інтегративний підхід до розуміння сталого розвитку, де взаємозв'язок між економічним, соціальним та екологічним розвитками визнається як ключовий. Інтеграція цих аспектів сприяє досягненню сталого розвитку, оскільки ігнорування будь-якого з них може призвести до невдачі в довгостроковій перспективі. Також, увага акцентується на важливості часового компонента для сталого розвитку, наголошуючи на тому, що сталість передбачає забезпечення потреб сьогодення так, щоб не обмежувати можливість майбутніх поколінь. Інтегроване розв'язання економічних, екологічних та соціальних викликів є ключем до досягнення цієї мети.

Список використаних джерел:

1. United Nations. The Millennium Development Goals Report; United Nations: New York, NY, USA, 2013.
2. Steffen, W.; Persson, A.; Deutsch, L.; Zalasiewicz, J.; Williams, M.; Richardson, K.; Crumley, C.; Crutzen, P.; Folke, C.; Gordon, L.; et al. The Anthropocene: From Global Change to Planetary Stewardship. *AMBIO* 2011, 40, 739–761.
3. Rockström, J.; Steffen, W.; Noone, K.; Persson, Å.; Chapin, F.S., III; Lambin, E.S.; Lenton, T.M.; Scheffer, M.; Folke, C.; Schellnhuber, H.; et al. Planetary Boundaries: Exploring the safe operating space for humanity. *Nature* 2009, 461, 472–475.
4. McNeill, J.R. *Blue Planet: Die Geschichte der Umwelt im 20. Jahrhundert*; Campus: Frankfurt am Main, Germany, 2003.

5. Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen (WBGU). Welt im Wandel – Gesellschaftsvertrag für eine Große Transformation. Available online: http://www.wbgu.de/fileadmin/templates/dateien/veroeffentlichungen/hauptgutachten/jg2011/wbgu_jg2011_ZfE.pdf
6. Connor, R.; Dovers, S. *Institutional Change for Sustainable Development*; Edward Elgar: Cheltenham, UK, 2004.
7. Dietz, T.; Ostrom, E.; Stern, P.C. The Struggle to Govern the Commons. *Science* 2003, 302, 1907–1911.
8. Loorbach, D.; Rotmans, J. The practice of transition management: Examples and lessons from four distinct cases. *Futures* 2010, 42, 237–246.
9. Meadowcroft, J.; Bregha, F. *Governance for Sustainable Development: Meeting the Challenge Ahead*; PRI Initiative: Ottawa, ON, Canada, 2009.
10. Lafferty, W.M. *Governance for Sustainable Development: The Challenge of Adapting Form to Function*; Edward Elgar: London, UK, 2004.
11. Meadowcroft, J. Who is in Charge here? Governance for Sustainable Development in a Complex World. In *Governance for Sustainable Development*; Newig, J., Voß, J.P., Monstadt, J., Eds.; Routledge: New York, NY, USA, 2008; pp. 107–122.
12. Swanson, D.; Halle, M.; Schmidt, A.G.; Esche, A. Global Trends in Sustainable Development – A View from the RMP 2013 Global Search Process. In *Winning Strategies for a Sustainable Future*; Stiftung, B., Ed.; Verlag Bertelsmann Stiftung: Gütersloh, Germany, 2013; pp. 19–38.
13. Adams, C., & Larrinaga-Gonzalez, C. (2007). Introduction – engaging with organizations in pursuit of improved sustainability accounting and performance. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(3), 333–355. <https://doi.org/10.1108/09513570710748535>
14. Scott, W. Richard 2001. *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2nd ed.
15. John Burns, Robert W. Scapens, 2000. Conceptualizing management accounting change: an institutional framework, *Management Accounting Research*, Volume 11, Issue 1, <https://doi.org/10.1006/mare.1999.0119>.
16. DiMaggio, Paul J. and Walter W. Powell (1991a) 'Introduction', in Powell and DiMaggio (eds) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, pp. 1–38. Chicago: University of Chicago Press.
17. Dacin, M. T., Dacin, P. A., Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K., & Suddaby, R. (2008). Traditions as institutionalized practice: Implications for deinstitutionalization. *The Sage handbook of organizational institutionalism*, 327, 352.
18. Lounsbury, M. (2008). Institutional rationality and practice variation: New directions in the institutional analysis of practice. *Accounting, organizations and society*, 33(4–5), 349–361.
19. Carruthers, B. G. (1995). Accounting, ambiguity, and the new institutionalism. *Accounting, organizations and society*, 20(4), 313–328.
20. Tolbert, P. S., & Zucker, L. G. (1999). The institutionalization of institutional theory. *Studying organization. Theory & method*, 1, 169–184.
21. Rowan, B., Meyer, H., & Rowan, B. (2006). The new institutionalism and the study of educational organizations: Changing ideas for changing times. *The new institutionalism in education*, 15–32.
22. Berger, P. L., & Luckmann, T. 1966. *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. New York: Doubleday.
23. Grunwald, A.; Kopfmüller, J. *Nachhaltigkeit*; Campus: Frankfurt am Main, Germany, 2006.
24. Deutscher Bundestag. *Abschlußbericht der Enquete-Kommission, Schutz des Menschen und der Umwelt – Ziele und Rahmenbedingungen einer nachhaltig zukunftsverträglichen Entwicklung*; Deutscher Bundestag: Berlin, Germany, 1998. Available online: <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/13/112/1311200.asc>
25. Rockström, J.; Steffen, W.; Noone, K.; Persson, Å.; Chapin, F.S., III; Lambin, E.S.; Lenton, T.M.; Scheffer, M.; Folke, C.; Schellnhuber, H.; et al. Planetary Boundaries: Exploring the safe operating space for humanity. *Nature* 2009, 461, 472–475.
26. Steurer, R. Sustainable development as a governance reform agenda: Principles and challenges. In *Nachhaltigkeit Regieren: Eine Bilanz zu Governance-Prinzipien und-Praktiken*; Steurer, R., Trattinig, R., Eds.; Oekom: München, Germany, 2010; pp. 33–54.

UDC 338.43:631.51

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-10>**Kulinich Tetiana**

Lviv Polytechnic National University

Biletska Natalia, Halachenko Oleksandr

Private Higher Educational Establishment

"Vinnytsia Institute of Designing of Clothes and Entrepreneurship"

Кулініч Т.В.

кандидат економічних наук, доцент,

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0110-7080>**Білецька Н.В.**

кандидат економічних наук, доцент,

проректор з навчально-методичної роботи,

ПВНЗ «Вінницький інститут конструювання одягу і підприємства»

ORCID: <https://orsid.org/0000-0001-6622-3614>**Галаченко О.О.**

доктор економічних наук, професор,

ПВНЗ «Вінницький інститут конструювання одягу і підприємства»

ORCID: <https://orsid.org/0000-0003-2776-1777>

SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP: ANALYSIS OF TRENDS IN DIGITAL ACCOUNTING, MANAGEMENT, AND MARKETING IN REGIONAL AND GLOBAL DIMENSIONS

The relevance of this research is driven by the overall impact that the development of cloud technologies, coupled with sustainability aspects, has brought to the approach of sustainable entrepreneurship. These transformative processes have significantly changed the accounting, management, and marketing practices of individual entrepreneurs. Since the formation of scalability effects in sustainability aspects, these processes have not only become more efficient, accessible, and innovative but also contribute to a deeper sustainable development. This is achieved through increased efficiency, enhanced economic growth, preservation of natural resources, and support for social stability in business operations. The article aims to identify the characteristics of sustainable entrepreneurship based on an analysis of the trends in changes in accounting, management, and marketing at regional and global levels. To achieve this objective, research methods such as analysis, synthesis, and a general comparison of digital accounting, management, and marketing changes were employed. Results have demonstrated that the transformation of entrepreneurship and the digitization of accounting, management, and marketing are interconnected. Components work together to facilitate the transition of entrepreneurs towards conventional success, primarily economic success. In a sustainable entrepreneurship context, the concept of success extends far beyond the conventional definition. Consequently, each digital accounting, management, and marketing process highlights specific sustainability aspects. When these aspects are integrated and manifested collectively, they lead to success in the context of sustainable development, inherently linked to economic, environmental, and social progress. Prospects for further research lie in the development of strategies for transforming accounting, management, and marketing that are oriented towards these specific elements and principles, aiding in achieving a balanced business development while considering economic, environmental, and social aspects.

Keywords: entrepreneurship, social stability, environment, efficiency, resources.

JEL classification: A14, C80, C88

СТАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО: АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ЦИФРОВОГО ОБЛІКУ, МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ТА ГЛОБАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Актуальність дослідження зумовлена загальним впливом, який забезпечив розвиток хмарних технологій в комплексі з аспектами сталості, які значно змінили підхід до сталого підприємництва, завдяки системним трансформаціям в обліку, менеджменті та маркетингу кожного окремого підприємця. З моменту формування ефектів масштабності у проявах аспектів сталості, ці процеси стали не лише більш ефективними, доступними та інноваційними, але й сприяють все більш глибокому сталому розвитку. Це досягається завдяки підвищенню ефективності, посиленню економічного розвитку, збереженню природних ресурсів та підтримці соціальної стабільності діяльності. Відповідно до вищевказаного, метою статті є визначення особливостей сталого підприємництва на основі аналізу тенденцій змін в обліку, менеджменті та маркетингу в регіональному та глобальному вимірі. Для досягнення означеної мети використані такі методи дослідження, як аналіз, синтез та загальне зіставлення змін у цифровому обліку, менеджменті та маркетингу. За результатами дослідження доведено, що трансформація підприємництва та цифровізація цифрового обліку, менеджменту та маркетингу взаємопов'язані. Адже у єдності ці складові забезпечують перехід підприємців до класичного успіху – економічного. Разом з тим, поняття успіху у площині сталого підприємництва є значно ширшим за класичне. Відтак, за кожним з процесів цифрового обліку, менеджменту та маркетингу виділяються конкретні

аспекти сталості, які за комплексного прояву дозволяють забезпечити успіх у форматі сталого розвитку, що нерозривно пов'язаний з економічним, екологічним та соціальним розвитком. Аналіз вітчизняної практики обліку у межах сталого підприємництва виявляє, що для нього важливі такі аспекти сталості, як: фінансовий облік, нефінансовий облік, сталі метрики та показники, зовнішня звітність, аудит сталості. Аналіз вітчизняної практики менеджменту у межах сталого підприємництва виявляє, що для нього важливі такі аспекти сталості, як: впровадження сталої стратегії; врахування екологічних аспектів, соціальна відповідальність, управління стейкхолдерами, інновації та дослідження, загальне вимірювання успіху та звітність, глобальний і регіональний вплив. Аналіз вітчизняної практики маркетингу у межах сталого підприємництва виявляє, що для нього важливі такі аспекти сталості, як: акцентування уваги на екологічних аспектах продукції та послуг; звернення уваги на соціальну відповідальність; відповідальний маркетинг продуктів; розвиток екосистеми бренду; взаємодію зі споживачами. Доведено, що викреслені аспекти сталості в контексті сталого підприємництва включають конкретні елементи та принципи, які за комплексного прояву допомагають забезпечити збалансований розвиток підприємства, ураховуючи економічні, екологічні та соціальні аспекти.

Ключові слова: підприємництво, соціальна стабільність, навколишнє середовище, ефективність, ресурси.

Target setting. The relevance of the research is driven by the overall impact facilitated by the development of cloud technologies combined with sustainability aspects, which have significantly altered the approach to sustainable entrepreneurship through systemic changes in accounting, management, and marketing. Since the formation of scalability effects in the manifestations of sustainability aspects, these processes have not only become more efficient, accessible, and innovative but also contribute to a deeper level of sustainable development. According to recent studies [3; 6], this is achieved through increased efficiency, enhanced economic development, preservation of natural resources, and support for social stability in operations by:

1. Resource efficiency (reducing the need for large physical infrastructure expenses, such as extensive server rooms and storing data on local computers).

2. Elimination of scaling constraints (entrepreneurs can scale their accounting, management, marketing processes, and others without significant capital investments).

3. Facilitating access to data (enabling storage and processing of large volumes of data and providing convenient access from anywhere and any device).

4. Reducing the environmental impact (by decreasing energy consumption and optimizing resource utilization for accounting, management, and marketing processes).

Furthermore, it should be noted that cloud technologies and sustainability aspects revolutionize marketing and communications, providing entrepreneurs access to diverse tools for engaging with consumers. They also support social stability by creating more job opportunities across various industries.

Analysis of research and publications. Several researchers have been involved in the study of sustainable entrepreneurship, including Stegnyy M.I., Chernichko T.V., Khaustova K.M., Bannikov V., Lobunets T., Buriak I., Maslyhan O., Shevchuk L., and others. Additionally, specific characteristics of sustainable entrepreneurship, their correlation with digitization processes, and their unique manifestations in accounting, management, and marketing have been the subject of research by domestic and foreign scholars, such as Kisiołek A., Karyo O., and Halkiv L.

In terms of the necessity to explore new tools for ensuring the sustainability of entrepreneurship, it is crucial to analyze the trends in digital accounting, management, and marketing at both regional and global levels.

The wording of the purposes of article (problem). The article aims to identify the characteristics of sustainable entrepreneurship based on an analysis of

the trends in changes in accounting, management, and marketing at regional and global levels.

The paper main body with full reasoning of academic results. Considering sustainable entrepreneurship from the perspective of its subjects adhering not only to the principles of economic growth but also to the conservation of natural resources and support for social stability [1], it is possible to present its foundations in six basic dimensions, which manifest themselves at both regional and global levels (Table 1). Moreover, it should be noted that the processes of providing characteristics for the basic dimensions of sustainable entrepreneurship at regional and global levels should be because the fundamental trigger for initiating the transition towards sustainability is the active development and widespread adoption of entrepreneurs' cloud services. This trend applies to domestic entrepreneurship practices, creating the prerequisites for the shift toward digital accounting, digital management, and digital marketing.

In this regard, it should be noted that the fundamental triggers enable the initiation of the transition toward sustainability, but they do not guarantee the sustainability of entrepreneurship. It is due to specific peculiarities concerning the implementation of modern technologies and the initiation of effective accounting, management, and marketing schemes that consider and balance the economic, social, and environmental human activities aspects.

In particular, the trends of digital accounting in entrepreneurship encompass the implementation of modern technologies that enable the collection, analysis, and storage of data related to the environmental and social impact of the business. However, these digital solutions are directed towards sustainability in adhering to several aspects that aid in:

1. More effectively managing environmental indicators.
2. Generating reports with a focus on the company's performance efficiency.

Similar specifics are illustrated by trends in digital management, which include remote management, collaboration from various remote workplaces, and the application of artificial intelligence for data analysis becoming standard practices. These digital solutions are directed towards sustainability in adhering to several aspects that aid in:

1. Ensuring greater efficiency in managerial processes.
2. Increasing the speed of response to changes.

Digital marketing trends encompass the use of social media, content marketing, implementation of SEO strategies, and personalized advertising campaigns. However, like digital accounting and management, digital

Table 1

Characteristics of the basic dimensions of sustainable entrepreneurship at regional and global levels

Basic Dimension	The specifics of entrepreneurship process transformation by dimension	Characteristics of the features of the sustainable entrepreneurship dimension	The measurable outcome of the implementation
Resource efficiency	Reduction in the need for large physical infrastructure expenses, such as large server rooms and local data storage on individual computers.	Utilization of cloud infrastructure providers, enabling more efficient resource usage and cost optimization.	The transformation of accounting, management, and marketing processes, aimed at supporting development that considers not only economic objectives but also social and environmental aspects.
Removal of scalability constraints	Creation of opportunities to scale processes without requiring significant capital investments.	Increased operational efficiency and faster responsiveness to changes in demand.	
Easier access to data	Storage and processing of large volumes of data, providing convenient access from any location and device.	Adoption of well-founded and effective management decisions.	
Reduced environmental impact	Decreased energy consumption and optimized resource utilization.	Reduction of the negative environmental impact of entrepreneurship.	
Innovative marketing and communications	Access to various tools for communicating with consumers.	Effective communication and audience engagement through social media, email, online advertising, and other tools.	
Support for social stability	Support for social stability.	Job creation, support for education, and development of digital skills among entrepreneurs, as well as assistance in international market expansion.	

Note: / * promoting stable economic development, preserving natural resources, and supporting social stability both at the regional and global levels.

Source: formed based on [1–2; 4]

marketing solutions are directed towards sustainability by adhering to several aspects that aid in:

1. Attracting a larger audience that supports sustainable values.
2. Engaging a larger audience that values environmental responsibility.

According to the above, the transformation of entrepreneurship and the digitization of accounting, management, and marketing are interrelated. It is worth noting that in unity, these components facilitate entrepreneurs' transition towards conventional success – economic success. However, the concept of success in the context of sustainable entrepreneurship is significantly broader than the conventional understanding of it. Thus, each of these processes highlights specific sustainability aspects that enable success in sustainable development format, inseparably linked to economic, environmental, and social progress (Figure 1).

Taking the stated proposition as an axiom, recognized that only through the integrated manifestation of sustainability aspects, theoretically, opportunities for implementing sustainable entrepreneurial practices are formed at both regional and global levels. Such characteristic is inherent in building a more resilient, responsible, and successful business. It should be noted that categorically, the aspects of sustainability in the context of sustainable entrepreneurship include specific elements and principles at the level of accounting, management, and marketing, which contribute to achieving a balanced business development, considering economic, environmental, and social aspects. In essence, these aspects of sustainability provide a broader understanding of success beyond mere economic profitability. Therefore, to determine the level of sustainability in domestic entrepreneurship, one should analyze its specifics, focusing on the manifestation of specific sustainability aspects at the level of accounting,

management, and marketing, as observed through the analysis of overall trends in the defined dimensions [4].

Indeed, the purpose of accounting within sustainable entrepreneurship is to ensure maximum clarity of information about its sustainable development and facilitate decision-making aimed at achieving sustainability. An analysis of domestic accounting practices within sustainable entrepreneurship from 2010 to 2022 reveals that the following sustainability aspects are crucial: financial accounting, non-financial accounting, sustainable metrics and indicators, external reporting, and sustainability audit (Figure 2).

The number of domestic entrepreneurs implementing all aspects of accounting within sustainable entrepreneurship may not exceed 20% [5], but it is gradually increasing each year due to the growing demands from stakeholders regarding sustainability.

The characteristics of accounting aspects relevant to sustainable entrepreneurship practices (Table 2) indicate that together they contribute to greater transparency, efficiency, and accountability of entrepreneurs to employees, consumers, investors, the public, and the environment at the regional level.

Specifically, the practice of sustainable accounting by entrepreneurs at the regional level: 1) involves collecting and reporting not only financial but also non-financial indicators, such as environmental impact, social responsibility, and relationships with employees and consumers; 2) helps identify areas of activity that can be optimized, leading to more efficient resource utilization and sustainable success; 3) encourages responsible behavior; when entrepreneurs report their achievements and progress in sustainable development, they become accountable to their employees, consumers, investors, the public, and the environment; 4) promotes the development of trust between the company and its customers, employees, investors, and

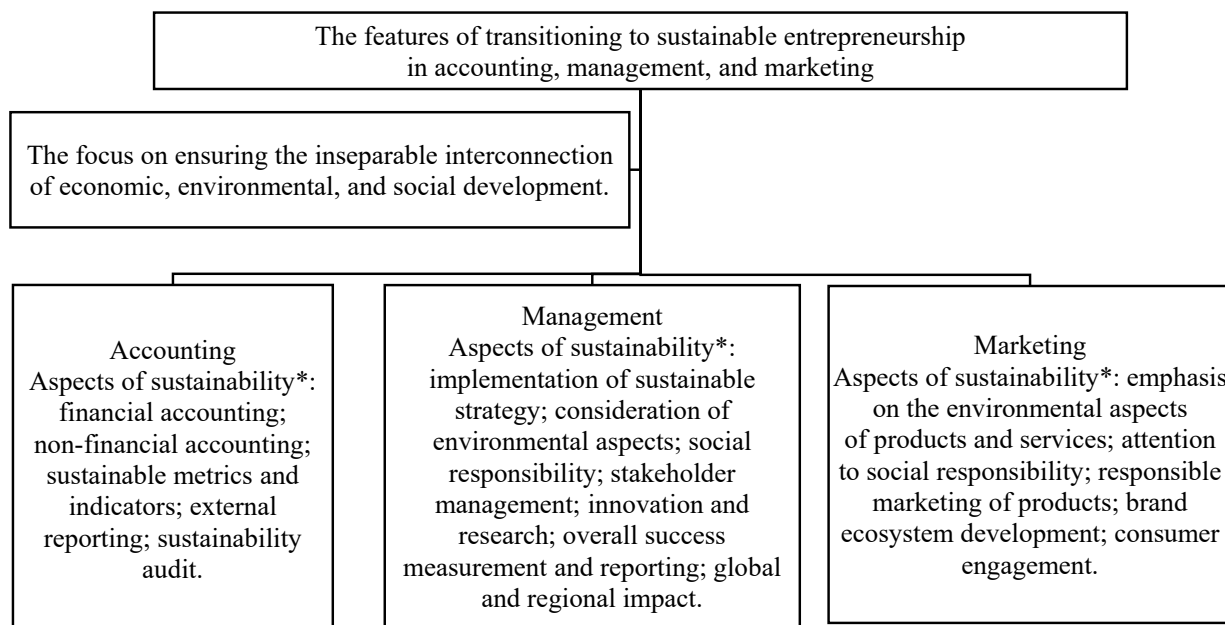


Figure 1. Basic aspects of sustainability in digital accounting, management, and marketing, which enable inseparable interconnected economic, environmental, and social development

Note: / * Specific elements and principles at the level of accounting, management, and marketing that contribute to achieving balanced business development, considering economic, environmental, and social aspects.

Source: formed based on [1–2]

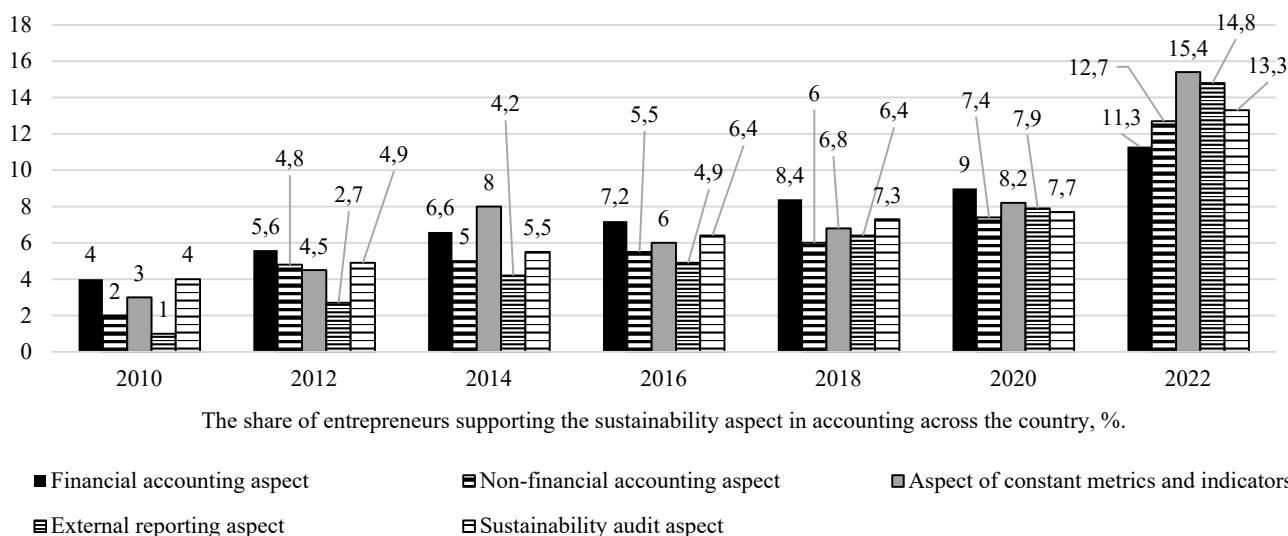


Figure 2. Analysis of trends in accounting changes related to the spread of sustainable entrepreneurship practices in Ukraine from 2010 to 2022

Source: formed based on Ernst & Young Global Limited data [5]

other stakeholders; 5) contributes to strengthening the company's position in the regional market as increased transparency and the adoption of sustainable practices can become a competitive advantage, attracting customers and investors. In the global dimension, accounting aspects within sustainable entrepreneurship are key to achieving positive changes in the world [6–7].

The goal of management within sustainable entrepreneurship is to achieve a balance between the company's economic, environmental, and social objectives. An analysis of domestic management practices

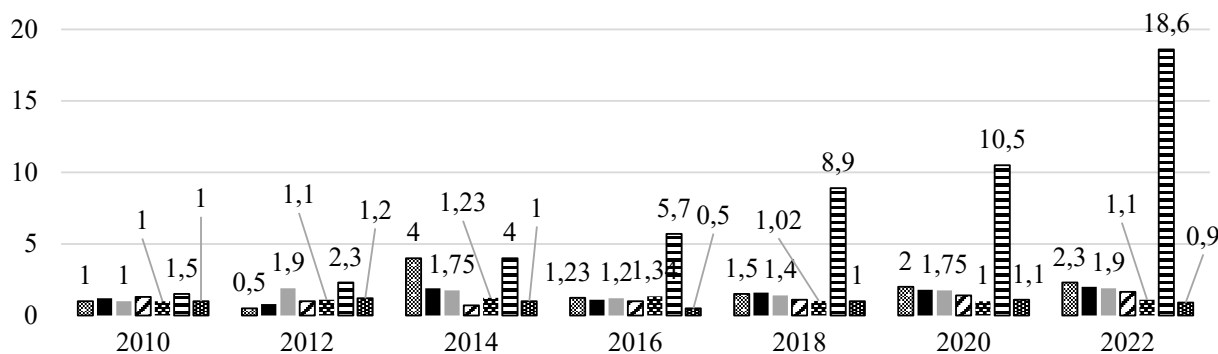
in sustainable entrepreneurship from 2010 to 2022 reveals that the following sustainability aspects are crucial (Figure 3): implementation of a sustainable strategy, consideration of environmental aspects, social responsibility, stakeholder management, innovation and research, overall performance measurement and reporting, and global and regional impact. However, the number of domestic entrepreneurs who simultaneously implement all management aspects within sustainable entrepreneurship is currently not significant. The dominant aspect is mainly overall performance measurement and reporting,

Table 2

Characteristics of key accounting aspects within sustainable entrepreneurship

Key aspects of accounting	Characterization of the main specificity that shapes the aspect	The result of aspect shaping	The result of their collective manifestation of aspects
Financial accounting	Includes reports on profits, expenses, assets, liabilities, and capital, while also considering the sustainable impact of the business on the environment.	Representation of expenditures on environmentally friendly technologies, corporate social responsibility programs, and evaluation of the ecological impact cost.	Ensuring transparency, efficiency, and accountability of entrepreneurs towards employees, consumers, investors, the public, and the environment at the regional level. Focusing on financial success while considering social and environmental demands.
Non-financial accounting	Includes the collection and analysis of information on energy efficiency, greenhouse gas emissions, water resource utilization, and the treatment of consumers and employees.	Presentation of the effectiveness of sustainable development programs and the implementation of sustainable practices across all aspects of the company's operations.	
Sustainable metrics and indicators	Involves the development of custom sustainable metrics and indicators that encompass economic, environmental, and social aspects.	Reflection of sustainability in areas such as energy consumption, CO2 emissions, employee satisfaction, decisions regarding renewable resources, etc.	
External reporting	Incorporates reporting on achievements and progress in implementing sustainable strategies and goals.	Publication of sustainability reports containing financial and non-financial data for stakeholders such as shareholders, customers, and public organizations.	
Sustainability audit	Encompasses the verification and confirmation of the company's compliance with sustainability standards.	Display of audit results that identify financial and non-financial indicators, the effectiveness of sustainable development programs, and adherence to sustainable practices.	

Source: formed based on [1–2]



The share of entrepreneurs supporting the sustainability aspect in management across the country, %.

- ▣ Aspects of implementing a sustainable strategy
- Aspects of considering ecological factors
- Aspects of social responsibility
- ▣ Aspects of stakeholder management
- ▣ Aspects of innovation and research
- ▣ Aspects of overall performance measurement and reporting
- ▣ Aspects of global and regional impact

Figure 3. Analysis of management trends related to the spread of sustainable entrepreneurship practices from 2010 to 2022 in Ukraine

Source: formed based on Ernst & Young Global Limited data [5]

which, in our opinion, is due to a lack of awareness regarding the importance of sustainable development in entrepreneurship. Therefore, it is evident that the adoption of strategic decisions and the development of management practices aimed at achieving sustainable development and preserving natural resources and social responsibility are not fully realized.

To optimize the situation, the following characteristics of management aspects inherent in sustainable entrepreneurship practices should be achieved (Table 3).

Note that striving for a comprehensive manifestation of all the aspects outlined in the table is essential within the scope of sustainable entrepreneurship. Under these circumstances, entrepreneurs at the regional level can achieve a profound

Table 3

Characteristics of key management aspects within sustainable entrepreneurship

Key aspects of management	Characterization of the main specificity that shapes the aspect	The result of aspect shaping	The result of their collective manifestation of aspects
Implementation of a sustainable strategy	Involves the development of a strategy that incorporates sustainable principles and goals.	Managing not only financial success but also the impact of activities on the environment and relationships with stakeholders.	In the regional dimension – a deep understanding of the interplay between economic, social, and environmental aspects of an entrepreneur’s activities. In the global dimension – sustainability of entrepreneurial activities and contribution to sustainable societal development.
Consideration of environmental aspects	Consideration of environmental aspects in decision-making.	Decisions aimed at reducing emissions of pollutants, using energy- and resource-efficient technologies, and developing green products and services.	
Social responsibility	Entrepreneur’s involvement in addressing social issues.	Creating conditions for employee development, ensuring their safety, and promoting social development in communities where the company operates.	
Stakeholder management	Effective stakeholder management aimed at mutually beneficial cooperation and interaction.	Supporting collaborative relationships with customers, suppliers, investors, and other stakeholders.	
Innovations and research	Support for innovations and research that contribute to sustainable development.	Developing new products, implementing eco-friendly technologies and processes, and supporting research in the field of sustainable development.	
Overall success measurement and reporting	Establishment of a system to measure and report the results of sustainable business activities.	Monitoring goal achievement, identifying weaknesses, and devising strategies for further improvement.	
Global and regional impact	Considering the global and regional impact of the company’s activities on the economy, environment, and society.	Supporting global environmental conservation initiatives, participating in local community development, and fostering regional innovations.	

Source: formed based on [1; 3; 6–7]

understanding of the interaction between economic, social, and environmental aspects of their activities. In the global dimension, this will help entrepreneurs ensure the sustainability of their activities and contribute to the sustainable development of society. Regarding marketing, its objective within the scope of sustainable entrepreneurship is to achieve a balance between profitability, social values, and environmental responsibility. In domestic marketing practice within sustainable entrepreneurship from 2010 to 2022, the main aspects have been identified as follows (Figure 4): emphasis on the environmental aspects of products and services; attention to social responsibility; responsible marketing of products; brand ecosystem development; and consumer engagement.

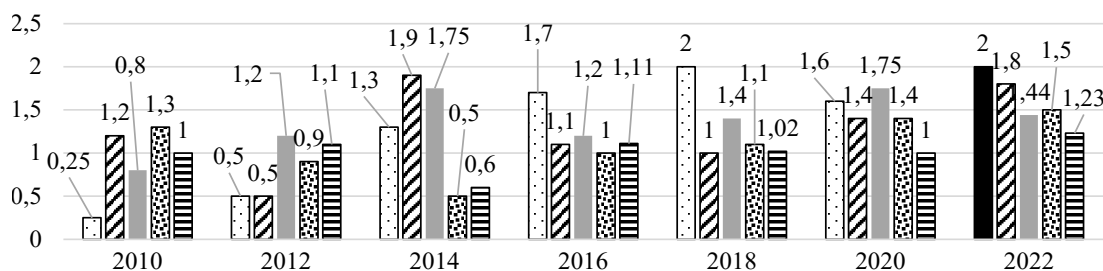
Moreover, the number of domestic entrepreneurs simultaneously implementing all outlined marketing aspects within sustainable entrepreneurship is currently not significant. Additionally, identifying a dominant aspect within this defined landscape is challenging, as some entrepreneurs perceive the integration of sustainable strategies and other sustainable entrepreneurship aspects into marketing as costly, potentially impacting their short-term financial performance. Among other reasons, the lack of sufficient education and awareness regarding the benefits of marketing aligned with the fundamental aspects supporting sustainable entrepreneurship can be highlighted.

To optimize the situation, a comprehensive manifestation of all aspects of marketing should be achieved, in line with the characteristics inherent in sustainable entrepreneurship practices (Table 4).

Indeed, only the comprehensiveness of marketing aspects helps in the regional dimension to attract new customers, support existing ones, and enhance reputation, while in the global dimension, it ensures support for sustainable business development. Thus, aligning marketing with the key aspects of sustainable entrepreneurship can transform it into a powerful tool for sustainable development, balancing economic, social, and environmental aspects of business activities.

Conclusions from this study and prospects for further exploration in this area. Based on the research findings, attention has been drawn to the fact that the transformation of entrepreneurship and the digitalization of digital accounting, management, and marketing are interconnected (as these components together facilitate the transition of entrepreneurs to classical success – economic success). However, the concept of success in the realm of sustainable entrepreneurship is much broader than the conventional one. Thus, for each of the processes of digital accounting, management, and marketing, specific sustainability aspects are identified, which, when demonstrated comprehensively, allow for success in the format of sustainable development, closely linked to economic, environmental, and social progress. Accepting this statement as an axiom, we have drawn the following conclusions:

The analysis of domestic accounting practices within the scope of sustainable entrepreneurship from 2010 to 2022 reveals that the following sustainability aspects are considered important: financial accounting, non-financial accounting, consistent metrics and indicators, external



The share of entrepreneurs supporting the sustainability aspect in marketing across the country, %.

- Emphasis on ecological aspects of products and services
- ▨ Aspect of focusing on social responsibility.
- Aspect of responsible product marketing.
- ▩ Aspect of brand ecosystem development
- ▤ Aspect of interacting with consumers

Figure 4. Analysis of trends in marketing changes related to the proliferation of sustainable entrepreneurship practices from 2010 to 2022, Ukraine

Source: formed based on Ernst & Young Global Limited data [5]

Table 4

Characteristics of key marketing aspects within sustainable entrepreneurship

Key aspects of marketing	Characterization of the main specificity that shapes the aspect	The result of aspect shaping	The result of their collective manifestation of aspects
Emphasis on the environmental aspects of products and services (green marketing)	Utilizing green marketing to transform their commitment to environmentally friendly production, use of renewable resources, and reducing negative impact on the environment.	Attracting environmentally conscious consumers who seek sustainable and eco-friendly products.	In the regional dimension – attracting new customers, supporting existing ones, and enhancing the entrepreneur's reputation as a promoter of sustainable business development. In the global dimension – promoting sustainable business development.
Attention to social responsibility	Focusing on the social responsibility of the company, where entrepreneurs actively develop their social programs, assess contributions to community development, and commit to ethical business practices.	Consumers increasingly prefer entrepreneurs who demonstrate social responsibility and support community initiatives.	
Responsible marketing of products	Monitoring the impact of products and services on consumers' health and safety, as well as actively informing consumers about their safety.	Production of goods or services that do not harm health or the environment.	
Brand ecosystem development	Developing a brand ecosystem that includes not only the product or service itself but also the company's values, mission, interaction with consumers, and communities.	Consumers become more loyal to brands that share common values and principles.	
Consumer engagement	Transitioning to effective communication methods with consumers to address their inquiries, consider their preferences, and gather feedback.	Building trust, loyalty, and ensuring greater customer satisfaction using products.	

Source: formed based on [1-2; 3; 7]

reporting, and sustainability auditing. However, the number of domestic entrepreneurs implementing all aspects of sustainable accounting does not exceed 20%, but it is gradually increasing each year due to stakeholder demands related to sustainability.

The analysis of domestic management practices within the scope of sustainable entrepreneurship from 2010 to 2022 reveals that the following sustainability aspects are considered important: implementation of a sustainable strategy, consideration of environmental aspects, social responsibility, stakeholder management, innovation and research, overall success measurement and reporting, and global and regional impact. However, the number of domestic entrepreneurs simultaneously implementing all aspects of sustainable management within the scope of

sustainable entrepreneurship is currently not significant. The dominant aspect is primarily overall success measurement and reporting.

The analysis of domestic marketing practices within the scope of sustainable entrepreneurship from 2010 to 2022 reveals that the following sustainability aspects are considered important: emphasis on environmental aspects of products and services, attention to social responsibility, responsible marketing of products, development of brand ecosystems, and interaction with consumers. However, the number of domestic entrepreneurs simultaneously implementing all these outlined marketing aspects within the scope of sustainable entrepreneurship is currently not significant. Moreover, it is not feasible to identify a dominant aspect in this defined context.

Indeed, the outlined sustainability aspects in the context of sustainable entrepreneurship encompass specific elements and principles at the level of accounting, management, and marketing, which, when integrated comprehensively, facilitate balanced business development, considering economic, environmental, and social aspects.

Prospects for further research lie in the development of strategies for transforming accounting, management, and marketing that are oriented towards these specific elements and principles, aiding in achieving a balanced business development while considering economic, environmental, and social aspects.

References:

1. Stehney M.I., Chernychko T.V., Khaustova K.M. (2023) Stale pidpryyemnystvo u vymirakh prodovol'choyi bezpeky [Sustainable entrepreneurship in the dimensions of food security]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho Universytetu*, no. 1 (61), pp. 128–132.
2. Kovalenko O. (2019) General Model of the electronic information environment, based on the Mirros concept. *Scientific works of Vinnytsia National Technical University*, no. 4, pp. 17–25.
3. Kisiołek A., Karyy O., Halkiv L. (2021) Social media in marketing management of higher education institutions in the context of Poland and Ukraine. *Polish Journal of Management Studies*, no. 24(1), pp. 164–182.
4. Bannikov V., Lobunets T., Buriak I., Maslyhan O., Shevchuk L. (2022). On the question of the role of project management in the digital transformation of small and medium-sized businesses: essence and innovative potential. *Amazonia Investiga*, no. 11(55), pp. 334–343.
5. PricewaterhouseCoopers database (2023) PwC report “The analysis of the trends in changes in accounting, management, and marketing at both regional and global levels”. Available at: https://www.pwc.com/content/pwc/userReg/login.en_gx.html?redirectUrl=gG0V-55Ipsw21J2UMYgbIH5ktcJLK2-lwWPau2GN84=&referrer=gG0V-55Ipsw21J2UMYgbIH5ktcJLK2lwWPau2GN84=&parentPagePath=/content/pwc/gx/en.
6. Stehnei Marianna, Irtysheva Inna, Khaustova Ksenya, Boiko Yevheniia (2017) Modeling of strategic control system in the context of sustainable development of enterprise. *Problems and Perspectives in Management*. Sumy: LLC "CPC "Business Perspectives". No. 15(3). P. 212–223.
7. Mashika Hanna, Zelic Victoria, Kiziun Alla, MaslyhanRoman et al. (2023) Services sphere cluster management: virtualizationand methodological aspects. Odesa: KUPRIENKO SV, 131 p.

Список використаних джерел:

1. Стегней М.І., Черничко Т.В., Хаустова К.М. Стале підприємництво у вимірах продовольчої безпеки. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2023. Вип. 1 (61). С. 128–132.
2. Kovalenko O. «General Model of the electronic information environment, based on the Mirros concept». *Scientific works of Vinnytsia National Technical University*. 2019. No. 4. P. 17–25.
3. Kisiołek, A., Karyy, O., Halkiv, L. Social media in marketing management of higher education institutions in the context of Poland and Ukraine. *Polish Journal of Management Studies*. 2021. Vol. 24(1). P. 164–182.
4. Bannikov V., Lobunets T., Buriak I., Maslyhan O., Shevchuk L. On the question of the role of project management in the digital transformation of small and medium-sized businesses: essence and innovative potential. *Amazonia Investiga*. 2022. Vol. 11(55). P. 334–343.
5. PricewaterhouseCoopers database (2023) PwC report “The analysis of the trends in changes in accounting, management, and marketing at both regional and global levels”. URL: https://www.pwc.com/content/pwc/userReg/login.en_gx.html?redirectUrl=gG0V-55Ipsw21J2UMYgbIH5ktcJLK2-lwWPau2GN84=&referrer=gG0V-55Ipsw21J2UMYgbIH5ktcJLK2lwWPau2GN84=&parentPagePath=/content/pwc/gx/en.
6. Stehnei Marianna, Irtysheva Inna, Khaustova Ksenya, Boiko Yevheniia, Modeling of strategic control system in the context of sustainable development of enterprise, *Problems and Perspectives in Management*. Sumy : LLC "CPC "Business Perspectives", 2017, Vol. 15, Issue 3, pp. 212–223.
7. Mashika Hanna, Zelic Victoria, Kiziun Alla, MaslyhanRoman et al. Services sphere cluster management: virtualizationand methodological aspects. Odesa: KUPRIENKO S.V. 2023. 131 p.

УДК 339:332:629

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-11>**Матусьяк С.В.**аспірант кафедри міжнародної економіки,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-7619-5506>**Бродовська О.Г.**доктор філософії (економіка),
докторант кафедри міжнародної економіки,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4828-528X>**Зварич І.Я.**доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародної економіки,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5155-540X>**Matusiak Serhii, Brodovska Oksana, Zvarych Iryna**
West Ukrainian National University

ЕЛЕКТРОМОБІЛІЗАЦІЯ В ЗАХІДНІЙ ЄВРОПІ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ ЗАЛЕЖНО ВІД ПОЛІТИКИ СТИМУЛЮВАННЯ РІЗНИХ КРАЇН

Ця стаття – частина дослідження тенденції безумовної зміни автомобільної промисловості та частини електроенергетики, яка відбувається в теперішній час та трансформує світову економіку в майбутньому. Вона стосується переходу ринку автомобілів з двигунами внутрішнього згоряння до автомобілів з електричними двигунами та акумуляторними системами живлення (BEV). Стаття розглядає причину переходу світового та європейського автопрому на електромобілі, динаміку цього процесу за минулі роки, а також методи стимулювання переходу на BEV в різних країнах Європи, в тому числі податкові пільги та інші засоби стимулювання купівлі екологічно чистих автомобілів. **Мета.** Визначення найбільш ефективних методів стимулювання ринку електричних авто для повторення позитивного досвіду в Україні. **Методи дослідження.** Для дослідження ефективності різних методів стимулювання попиту на електромобілі було проаналізовано основні стимули (податкові пільги, зменшення певних видів зборів, компенсація за купівлю BEV та електрозаправок, кешбек тощо) у різних країнах Європи (ЄС та EFTA). Ці стимули порівняли з наявними результатами на ринках електромобілів цих країн за останні роки та найближчий звітний період року. Зроблені висновки щодо ефективності стимулів. **Результати.** Аналіз показав, що найкращі показники поширення електричних автомобілів в країні досягли найбільш економічно розвинуті країни Європи, які знаходяться на півночі чи заході континенту. Окрім того, частка ринку електромобілів у порівнянні з традиційними авто з двигунами внутрішнього згоряння більша там, де стимули впроваджувались вже давно, протягом десяти і більше років. Ці стимули були відчутними для споживача, який обирає авто з різними системами приводу. **Перспективи подальших досліджень.** Тенденція переходу на екологічно чисті транспортні засоби неминуча для Європи та України. Виходячи з досвіду впровадження електромобілізації в розвинутих країнах Європи, необхідно створити власну систему стимулів та пільг для переходу на електромобілі, визначити пріоритетні напрямки промисловості.

Ключові слова: циркулярна економіка, автомобільна промисловість, податкові стимули, електричні автомобілі, екологічність.

ELECTROBILIZATION IN WESTERN EUROPE: CAUSES AND CONSEQUENCES DEPENDING ON THE INCENTIVE POLICIES OF DIFERENT COUNTRIES

Introduction. This article is part of a study of the trend of unconditional change in the automotive industry and part of the electric power industry, which is currently taking place and will transform the world economy in the future. It concerns the transition of the market of cars with internal combustion engines to cars with electric motors and battery power systems (BEVs). The article examines the reasons for the transition of the global and European automotive industry to electric vehicles, the dynamics of this process in recent years, as well as methods of stimulating the transition to BEVs in different European countries, including tax incentives and other means of stimulating the purchase of environmentally friendly cars. **Objective.** To determine the most effective methods of stimulating the electric car market to replicate the positive experience in Ukraine. **Research methods.** To study the effectiveness of various methods of stimulating demand for electric vehicles, the main incentives (tax breaks, reduction of certain types of fees, compensation for the purchase of BEVs and electric charging stations, cashback, etc.) in different European countries (EU and EFTA) were analyzed. These incentives were compared with the existing results of the electric vehicle market in recent years and the nearest reporting period of the year. Conclusions on the effectiveness of the incentives were drawn. **Results.** The analysis showed that the best rates of electric car adoption in the country were achieved by the most economically developed countries in Europe, which are located in the north or west of the continent. In addition, the market share of electric vehicles compared to traditional cars with internal combustion engines is higher where incentives have been introduced for a long time, for ten years or more. These incentives were tangible for consumers who chose cars with

different drive systems. Prospects for further research. The trend of switching to environmentally friendly vehicles is inevitable for Europe and Ukraine. Based on the experience of introducing electromobility in developed European countries, it is necessary to create our own system of incentives and benefits for the transition to electric vehicles, to determine the priority areas of the industry.

Keywords: cyclical economy, automotive industry, tax incentives, electric cars, environmental friendliness.

JEL Classification: F13, F20, F29, L59, O38, O52, R48

Постановка проблеми. За останні кілька років ми спостерігаємо глобальну зміну технологій, які покликані захистити нашу планету від забруднення внаслідок діяльності людства. Зокрема, вже до 2050 року 27 країн Євросоюзу взяли на себе зобов'язання зменшити до нуля викиди вуглекислого газу при виробництві та експлуатації транспорту. Для цього країни розробили план дій переходу на електромобілі, а також використання циркулярної економіки при виробництві транспортних засобів. Динаміка цього процесу вже зараз дуже помітна, і вона свідчить про те, що це завдання можливо виконати. Однак деякі країни краще за інші стимулюють перехід на чистий транспорт. В статті проаналізовано, які самі пільги та стимули найбільш ефективні і в яких країнах.

Ця стаття – частина дослідження тенденції безумовної зміни автомобільної промисловості та частини електроенергетики, яка відбувається в теперішній час та трансформує світову економіку в майбутньому. Вона стосується переходу ринку автомобілів з двигунами внутрішнього згоряння до автомобілів з електричними двигунами та акумуляторними системами живлення (BEV), зокрема, розглядає причину переходу світового та європейського автопрому на електромобілі, динаміку цього процесу за минулі роки, а також методи стимулювання переходу на BEV в різних країнах Європи, в тому числі податкові пільги та інші засоби стимулювання купівлі екологічно чистих автомобілів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Найбільш актуальні дослідження ринку електромобілів були описані Colin McKerracher, Aleksandra O'Donovan та іншими колегами з консалтингової компанії Bloomberg NEF. У дослідженні Electric Vehicle Outlook 2023 вони пишуть, що “Продажі електромобілів стрімко зростають завдяки поєднанню підтримки політики, удосконалення технології акумуляторів, розширенню інфраструктури зарядки та нових привабливих моделей від автовиробників. Електрифікація також поширюється на нові сегменти автомобільного транспорту, готуючи основу для величезних змін” [13].

Однак вони не проаналізували залежність динаміки ринків від податкових пільг та стимулів. Натомість Felipe Munoz у своєму дослідженні для JATO Dynamics виявив закономірність щодо більшої частки електромобілів у північних країнах. “Попит на електромобілі також прискорюється в більш стабільних економіках Європи, включаючи Німеччину, Австрію, Швейцарію, Францію, Бенілюкс, Великобританію, Ірландію та Ісландію. Разом на них припадає понад дві третини загального обсягу продажів у Європі – у третьому кварталі 2022 року частка електромобілів на цих ринках досягла 15%” [14].

Щоб дізнатись, які саме податкові пільги та стимули більш ефективні у збільшенні парку електромобілів, ми порівняли їх з динамікою ринку у кожній країні Європи. Для цього взяли загальну таблицю у ACEA [15] – Асоціації автовиробників Європи, в яку

входить 14 найбільших автовиробників автомобілів континенту.

Для аналізу також використанні статистичні дані продажів нових електромобілів у країнах Європи, опубліковані тією асоціацією ACEA [15].

Проте, дослідження можна розширити. Зокрема, цікаво було врахувати технічні особливості батарейних авто: а саме, що вони під час низьких температур гірше заряджаються та мають менший пробіг. Окрім того, вимагає подальшого дослідження виявлення тенденцій розвитку ринку електромобілів в залежності від типу електроенергетики, енергетиці та тарифоутворення енергії для батарейних авто.

Мета статті: визначення найбільш ефективних методів стимулювання ринку електричних авто для повторення позитивного досвіду в Україні.

Методи дослідження. Для дослідження ефективності різних методів стимулювання попиту на електромобілі було проаналізовано основні стимули (податкові пільги, зменшення певних видів зборів, компенсація за купівлю BEV та електрозаправок, кешбек тощо) у різних країнах Європи (ЄС та EFTA). Ці стимули порівняли з наявними результатами на ринках електромобілів цих країн за останні роки та найближчий звітний період року. Зроблені висновки щодо ефективності стимулів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Європейська спільнота на рівні парламенту затвердила шлях до перетворення Європи на перший у світі кліматично нейтральний континент. Для цього розроблена «Європейська зелена угода» (European Green Deal), яка покликана перетворити економіку та промисловість ЄС на екологічно чисту. Глобальна мета Угоди – скорочення викидів парникових газів щонайменше на 55% до 2030 року у порівнянні з рівнем 1990 року [1].

Для цього всі 27 держав, які є членами Євросоюзу, зобов'язались до 2050 року добитись нульового балансу карбонізації викидів у транспорті та промисловості.

Дорожній транспорт, зокрема, легкові, вантажні автомобілі та автобуси, викидають близько 15,9% CO₂ (це десь 13% парникового газу) [2]. Така кількість – не найбільша, але досить вагома частка забруднення. Близько 18% вуглекислого газу виробляє промисловість та виробництво, а 43,9% – енергетика та генерація електроенергії. Тому під час боротьби з карбонізацією важливо не лише перевести транспорт на екологічно чисте паливо, але й знизити викиди вуглецю під час його виробництва. А також – виробляти електроенергію, якою будуть житись електромобілі, з відновлювальних джерел (вітро-, сонячні електростанції тощо).

Щодо транспорту, то Європейська комісія запропонувала ще більш амбіційні цілі зменшення від них викидів парникових газів на континенті. Зокрема, до 2030 року планується до 55% зменшення викидів від автомобілів, до 50% викидів – від комерційних фурго-

нів. Вже 2035 році європейці зобов'язались досягти 0% викидів від нових автомобілів.

Це означає, що всі нові автомобілі, які будуть вироблені та продані на території ЄС до 2035 року, будуть мати нульовий рівень викидів вуглекислого газу в атмосферу. Тобто всі легкові автомобілі та фургони будуть мати електричний привід або інший, що не передбачає шкідливих викидів з вуглецем. Як приклад, це можуть бути автомобілі з водневими системами силових агрегатів, які в процесі роботи виділяють лише водяний пар.

Важливим чинником для досягнення нульової карбонізації Європи є «План дій з циркулярної економіки», який був ухвалений Єврокомісією у 2020 році [3]. В ньому передбачено, що в основі мобільності майбутнього будуть використовуватись екологічні акумуляторні батареї та транспортні засоби з максимально можливим ступенем повторної переробки. Зокрема, акумуляторні батареї для електромобілів матимуть обов'язкову функцію повторного заряджання, а також переробки після використання. Транспортні засоби мають вироблятися з матеріалів, які після утилізації старих машин будуть використані повторно. Перехід економіки ЄС до концепції замкнутого циклу (або «циркулярної економіки») зменшить використання природних ресурсів, стимулюватиме сталому зростанню та збільшенню робочих місць.

Ринки електромобілів у всьому світі зростають, причому у геометричній прогресії. Продажі електромобілів у всьому світі за результатами 2022 року перевищили 10 мільйонів одиниць, що складає майже 14% всіх проданих нових автомобілів [7]. Для порівняння: у 2020 році частка електромобілів у світових продажах складала менше 5%, а у 2021 році – близько 9%.

Зростання кількості продажів електромобілів продовжується у 2023 році.

Зокрема, у першому кварталі на планеті було продано більше 2,3 мільйонів електромобілів, що приблизно на 25% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Аналітики очікують за результатами 2023 року до 14 мільйонів проданих електромобілів у світі, що на 35% більше у порівнянні з попереднім роком. Це 18% від загального обсягу продажу автомобілів.

Найбільші ринки електромобілів – Китай (60% світових продажів), Європа (кожен п'ятий проданий автомобіль був електричним), США (8%).

За результатами першого півріччя 2023 року, в країнах Євросоюзу було продано 703,5 тисячі електромобілів, що становить 12,9% від усього авторинку. Це на 53,8% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Якщо ж брати до уваги ще й країни ЕФТА (Ісландію, Норвегію, Швейцарію) та Великобританію, то загальний парк Європи поповнився майже мільйоном (938 912 од.) електромобілів! Окрім того, за перше півріччя 2023 року європейці купили ще 480 тисяч плагін-гібридів (бензиново-електричний автомобіль з можливістю заряджання від електромережі) та 1 695 тисяч звичайних гібридів (які мають ДВЗ та електродвигун одночасно). Тобто 45,2% проданих нових авто в ЄС мали електричний привід (гібридний чи чистий) [11].

Кожна з країн чи регіонів має державну програму переходу на екологічно чистий транспорт, який засно-

ваний на економічних перевагах для покупців та розвитку інфраструктури для поширення електричних транспортних засобів.

Більшість розвинутих країн світу, які ставлять за мету декарбонізацію викидів від транспорту та промисловості, запровадили систему податкових пільг та переваг для стимулювання купівлі і використання екологічно чистих транспортних засобів. В Європі майже всі країни мають такі програми, і чим більше пільг передбачено урядом чи місцевими органами влади для екологічно чистого транспорту, тим більша їх частка в автопарку цієї країни.

Розглянемо, які саме податкові пільги та стимули діють в різних країнах Європи. Їх можна розбити на кілька видів [4]. Серед податкових пільг розрізняють переваги під час придбання фізичними особами, юридичними особами, а також послаблення податків на володіння екологічно чистим транспортом. Також є стимули (грошові виплати для тих, хто купив електроавто), обладнав свою оселю чи офіс засобами інфраструктури (зарядними станціями).

Окрім того, користування електромобілями може бути дешевшим за авто з ДВЗ через звільнення від сплати деяких місцевих податків та зборів (паркування), проїзду платними автошляхами, перевезення автомобілів поромом або надання дозволів на в'їзд в певні локації (центри міст, парки, рекреаційні зони тощо). В таблиці 1 вказані пільги для стимулювання купівлі пасажирських та комерційних легкових електромобілів у країнах Євросоюзу станом на початок 2023 року.

Таким чином, у більшості країн Євросоюзу запроваджені пільги для купівлі електромобілів та податкові послаблення під час їх експлуатації. Абсолютна кількість країн запровадила бонуси за купівлю BEV. Причому вони залежать від багатьох факторів. Як правило, бонуси виплачують лише тим, хто купує електромобілі BEV середнього та нижнього цінового діапазону (в залежності від країни – до 40-75 тисяч євро). Вважається, що автомобілі, які коштують дорожче цих показників, є предметами розкоші. В більшості випадків це відповідає дійсності, адже такі цінники у електромобілів преміальних марок – Audi, BMW, Mercedes-Benz, кілька моделей Tesla.

Розмір бонусів за придбання електричного авто також залежить від того, чи здав власник своє старе авто з двигуном внутрішнього згоряння (ДВЗ) на утилізацію. Сума цього бонусу коливається від 1 000 євро у кількох країнах ЄС до 5 000 євро у Греції за задачу в утиль старого таксі.

Важливий стимул при купівлі електроавтомобілів – звільнення від деяких податків, які суттєво впливають на вартість придбання інших транспортних засобів. Багато країн звільняють ці операції від мита, ПДВ чи акцизу. Це здешевлює електромобіль на 20-40%, в залежності від рівня оподаткування транспортних засобів в конкретній країні. Водночас на бюджеті країни це суттєво не позначається, адже дані податки являють собою недоотримані прибутки, які будуть компенсовані в майбутньому за рахунок покращення екологічної ситуації та здоров'я населення.

Найбільш успішний приклад стимулювання ринку електромобілів за рахунок відміни податків – у Норвегії (детально її досвід ми розглянемо нижче).

Таблиця 1

Пільги для стимулювання для купівлі електромобілів (BEV) у країнах Європи та частка ринку на них

Країна	Податкові пільги [4; 5]	Інші стимули [4; 5]	Частка BEV на ринку е Q1,2 2022, % [8]	Частка BEV на ринку е Q1,2 2023, % [8]
1	2	3	4	5
Австрія	Звільнення від ПДВ 20%	Доплата 3000 євро за авто та 600 євро за зарядний пристрій	13,3	18,4
Бельгія	Мінімальний податок на авто, зниження ПДВ з 20% до 6% на електроенергію		8,8	16,5
Болгарія	Відсутність податку на володіння		2,3	5,0
Хорватія	Звільнення від акцизу та екологічного податку	Виплата 9291 євро при купівлі BEV	2,0	2,8
Кіпр	Звільнення від екологічного податку	20 000 євро при купівлі BEV і здачі ДВЗ на брухт, 12 000 євро при заміні старої ДВЗ на нову BEV	2,3	4,0
Чеська Республіка	Звільнення від реєстраційних зборів та екологічного і дорожнього податку, прискорена амортизація	Стимули від місцевої влади, Мінекономіки при придбанні зарядки	2,0	2,6
Данія	Знижки на реєстраційні збори та екологічний податок	Зарядки не оподатковуються	16,5	31,0
Естонія		5000 євро для приватних та 4000 євро для юросіб при купівлі BEV	3,2	5,3
Фінляндія	Звільнення від реєстраційних зборів	Підприємства отримують знижку на сплату податку за кожен BEV	13,7	32,6
Франція	Звільнення від податку на масу	5000 євро при купівлі BEV для фізосіб, 3000 євро для юросіб, 6000 євро при утилізації ДВЗ	12,1	15,5
Німеччина	Звільнення від податку з обігу	4500-6750 євро при купівлі BEV фізособами	13,5	15,8
Греція	Звільнення від кількох податків	При купівлі BEV – 30% кешбеку (до 8000 євро) + 1000 за утилізацію ДВЗ, при купівлі таксі BEV – 40% кешбеку (до 17 500 євро) + 5000 євро за утилізацію старого таксі	2,3	4,6
Угорщина	Звільнення від податків на володіння	1500 – 7350 євро при купівлі BEV	3,9	5,1
Ірландія	Мінімальна ставка податку на володіння	5000 євро при купівлі BEV	13	18,4
Італія	Знижений податок на володіння	2000 – 3000 євро на купівлю BEV + 2000 євро на утилізацію, компенсація 80% ціни зарядного пристрою	3,6	3,9
Латвія	Звільнення від плати за реєстрацію		5,0	9,1
Литва	Звільнення від плати за реєстрацію	2500 євро за вживаний BEV, 5000 євро за новий + 1000 євро за утилізацію	4,2	6,9
Люксембург	Мінімальна ставка адміністративного податку	8000 євро за купівлю BEV, 3000 євро за малий BEV	14,7	19,9
Мальта	Мінімальна ставка адміністративного податку	11000 євро за купівлю BEV	13,8	14,6
Нідерланди	Мінімальна ставка адміністративного податку	Програма субсидій існує, залежить від регіону та способу використання BEV	19,2	28,9
Польща	Прискорена амортизація для юросіб	18750 – 27000 ZI при купівлі BEV	2,3	3,6
Португалія	Звільнення від податку на авто	3000 євро за купівлю BEV	10,2	15,5
Словаччина	Звільнення від плати за реєстрацію, прискорена амортизація		1,7	2,4
Словенія	Мінімальна плата за реєстрацію	4500 євро за купівлю BEV	4,1	7,9
Іспанія	Зниження податку на володіння, бонус за використання BEV службовим авто	4500 – 7000 євро за купівлю BEV	3,5	4,7

Продовження Таблиці 1

1	2	3	4	5
Швеція	Податкова знижка за використання BEV службовим авто	50% знижки на встановлення зарядки	27,6	37,3
Швейцарія	Звільнення від транспортного податку	Знижка на BEV та зарядки залежить від регіону	16,4	18,7
Ісландія	Мінімальний податок 5% від митної вартості, звільнення від ПДВ (до 8000 євро)	Знижка на оренду BEV, звільнення від ПДВ на зарядки	25,8	38,2
Великобританія	Пільгові ставки податків	Повернення 75% вартості зарядки, знижка на BEV для інвалідів 35% (максимум 2500 фунтів)	14,4	16,1
Норвегія	0% ПДВ на BEV ціною до 70 000 доларів (загальна ставка 25%)	Звільнення від оплати за платні дороги та проїзд поромами, паркування, транспортний збір.	79,1	83,1
Україна	0% ПДВ, 0% мита, 1 євро за кВт батареї – акциз, 0% Пенсійний фонд при реєстрації пасажирських ТЗ	0% ПДВ, 0% мита на запчастини до зібраних в Україні BEV	18	22
Євросоюз			9,9	12,9

Джерело: складено авторами самостійно

До речі, таким шляхом пішла і Україна. Наразі до кінця 2025 року при купівлі автомобіля з електроприводом не сплачується ПДВ, ввізне мито, а акциз мінімальний – 1 євро за 1 кВт*годину тягового акумулятора (зазвичай це 34 – 90 євро). Окрім того, при першій реєстрації електромобіля (нового або вживаного) власник не платить обов'язковий для інших транспортних засобів збір в Пенсійний фонд (3–5% від вартості авто) [9].

Окрім бонусів чи кешбеку за придбання автомобіля на батареях (BEV), багато країн або місцевих органів влади надають компенсацію за купівлю зарядних станцій. Причому це стосується як станцій у великих багатоквартирних будинках, так і власних – у гаражах чи домоволодіннях. Сума компенсації часто становить 75-80% від ціни зарядної станції.

Встановлення домашньої чи офісної зарядної станції суттєво впливає на рішення громадянина придбати автомобіль, що буде заряджатись від електромережі. Адже нічне зарядження електромобіля в усіх країнах – найбільш вигідне для власника, оскільки у більшості країн Євросоюзу існує нічний тариф, що значно дешевший за денний. Натомість зарядження від «швидких заправок», які гарантують наповнення акумулятора до 80% ємності за час від 40 хвилин до 1,5 години, можливе в публічних місцях, таких як автозаправки, заклади культури та харчування, супермаркети тощо.

Зарядження електромобіля вдома чи в офісі вночі має й інші переваги. Власник заряджає машину, поки вона йому не потрібна (вночі), а вдень завжди має готовий до поїздки автомобіль. Так нівелюється одна з головних недоліків сучасних електромобілів – довгий час зарядження.

Окрема графа стимулювання купівлі BEV – відсутність або мінімальна плата за реєстрацію автомобіля. А в деяких країнах Європа ця плата досить висока, тому її скасування є вагомим стимулом для купівлі BEV. Також окремі країни ЄС чи місцева влада у них скасовує щорічні транспортні (дорожні) податки, які зазвичай сплачуються під час проведення техоглядів.

Якщо в країні існує плата за швидкісні магістралі, влада теж може зробити знижку на їх використання для транспорту на чистій енергії.

Особливу вагу у нарощенні екологічно чистих автомобілів мають корпоративні парки юридичних осіб. Тому для них існують особливі умови. Зокрема, низка країн дозволяє прискорену амортизацію акумуляторних BEV, що робить можливим швидше оновлення автопарку.

В тих країнах, де розповсюджене масове використання службових автомобілів співробітниками компаній, передбачені податкові пільги для службовців, які використовують BEV. Причому податкові пільги стосуються як самих компаній, так і співробітників. Наприклад, можуть бути пільги в оподаткуванні прибутку, лізингових платежів, прискореній амортизації тощо. Для службовців популярна компенсація витрат на електроенергію (менший тариф на зарядження).

Приклад Норвегії, де частка продажів нових електромобілів досягла майже 90%. Норвегія стала першою країною Європи, в якій уряд вирішив перевести автопарк на електромобілі. Пільги на електричні авто там почали вводити ще з 1990 року [9]. Тоді для них відмінили плату за реєстрацію. Батареїні автомобілі отримували щороку нові податкові пільги, а держава створила умови для розвитку інфраструктури для зарядних станцій у всіх куточках країни.

Потрібно відзначити, що рівень оподаткування звичайних автомобілів з ДВЗ в Норвегії завжди був одним з найвищих в Європі. Висока плата під час першої реєстрації нового чи вживаного автомобіля робила ціни на автомобілі в Норвегії дуже високими у порівнянні з сусідніми та більш віддаленими країнами Західної Європи (ввізне мито на авто з ДВЗ становить до 100% від ціни виробника).

Тому коли уряд звільнив від ПДВ електромобілі вартістю нижче 70 тисяч доларів, вони стали коштувати для споживачів не дорожче, а деколи навіть дешевше за традиційні авто з ДВЗ. А звільнення від тарифів за платні дороги та поромі, безкоштовна парковка в містах та безплатне користування повільними зарядними

станціями (до 22 кВт) зробило використання електромобілів в Норвегії дуже вигідним.

Щоб стимулювати використання електромобілів бізнес-компаніям, в Норвегії відмінили на них ПДВ 25% при лізингу та знизили податок на службове авто до 40%.

Частка відновлювальної електроенергії, яка виробляється в цій країні (завдяки ГЕС та ТЕЦ на гейзерах) дуже висока, тому й ціна електроенергії у порівнянні з іншими країнами Європи завжди була меншою.

Ще одна суттєва передумова успіху електромобілізації в Норвегії – суспільство має дуже високу екологічну свідомість. Багато людей купують електромобілі навіть не через податкові пільги або вигоду в експлуатації, а через бажання долучити власний внесок у справу очищення планети і країни зокрема від шкідливих викидів.

Суспільство з готовністю прийняло необхідність перейти на екологічно чисті автомобілі, які до того ж використовують відновлювальні джерела енергії.

Ринок електромобілів в Норвегії розвивався найбільшими темпами у світі: за результатами першого півріччя 2023 року частка нових електромобілів у продажах нових авто Норвегії становила 83,1%. А загалом частка електромобілів в автопарку Норвегії зараз становить 77%. Ринок цієї країни став донором для імпорту вживаних електромобілів в інші країни континенту, в тому числі Україну.

Виходячи з того, що в Норвегії BEV стало більше, аніж авто з ДВЗ, пільги для електромобілів почали відмінити. Так, муніципалітети спочатку відмінили безплатну парковку, а згодом платні магістралі почали брати плату за проїзд. Більше того, за електромобілі вартістю понад 47 500 євро навіть повернули ПДВ у розмірі 25%.

Пільги перестають діяти, натомість почалися заборони. Нові дизельні та бензинові легкові авто в Норвегії не можна продавати вже з 2025 року, тобто ця заборона починає діяти на 10 років раніше за країни Євросоюзу.

Частка електромобілів в різних країнах Європи.

Цікава тенденція з поширення електричних авто у Європі відслідковується в залежності від рівня доброту громадян та географічного положення країни. В більш багатих країнах та тих, що розміщені на півночі континенту, частка електромобілів в продажах на загальному авторинку більша, аніж в південних країнах, де живуть

менш заможні громадяни. Зокрема, за результатами 3 кварталу 2022 року частка продажів BEV становила близько 15% у таких країнах, як Німеччина, Великобританія, Франція, Бельгія, Нідерланди, Люксембург, Швейцарія, Швеція, Австрія, Фінляндія та Данія [8]. Водночас на півдні Європи середня частка BEV за аналогічний період складає всього 3,8% ринку. Йдеться про Італію, Іспанію, Португалію, Грецію, Хорватію, Словенію, Кіпрі, Сербію, Угорщину, Словаччину, Чехію, Польщу, Румунію. Також невелика частка електромобілів у країнах Балтії – Естонії, Литві та Латвії.

Звичайно, географічне положення само по собі мало впливає на поширення електромобілів. Більше того, технічні особливості сучасних акумуляторних батарей для автомобілів такі, що при низьких температурах вони гірше заряджаються, а під час їзди мають віддати більше енергії на обігрів салону. Тобто під час холодної зими експлуатація BEV ускладнюється, що мало б знижувати популярність автомобілів на електроенергії в північних країнах. Але статистика говорить про зворотню тенденцію. Тому головним чинником поширення BEV в країні все-таки є стимулювання місцевих урядів до залучення населення та бізнесу у купівлі електромобілів.

Як видно з таблиці 1, де згруповані податкові пільги та інші стимули на електромобілі у країнах Європи, саме у більш розвинутих країнах існують кращі пільги та стимули.

Зокрема, у Австрії, Франції, Німеччині, Люксембурзі вже кілька років діють програми, які повертають покупцям автомобілів від трьох до семи тисяч євро. Така політика дала позитивні результати з підвищення кількості продажів автомобілів.

Такі стимули дуже добре діють, тому ряд країн зі списку «відстаючих» у 2022 році запровадили подібні, а деколи кращі програми повернення коштів за купівлю BEV. Наприклад, у Греції, Хорватії та Мальті розміри кешбеків сягають 40% від ціни, а в грошовому вимірі – до 8 – 11 тисяч євро. Тобто наразі в тих країнах, які відставали в динаміці електромобілізації, вже найбільші стимули для населення, ніж в країнах, які досягли у цьому кращих успіхів раніше.

Однак навіть при наявності значних стимулів громадяни південних країн раптово не відмовились від купівлі авто з ДВЗ та не перейшли на електричні. Так, в цих країнах видно суттєвий прогрес: частка

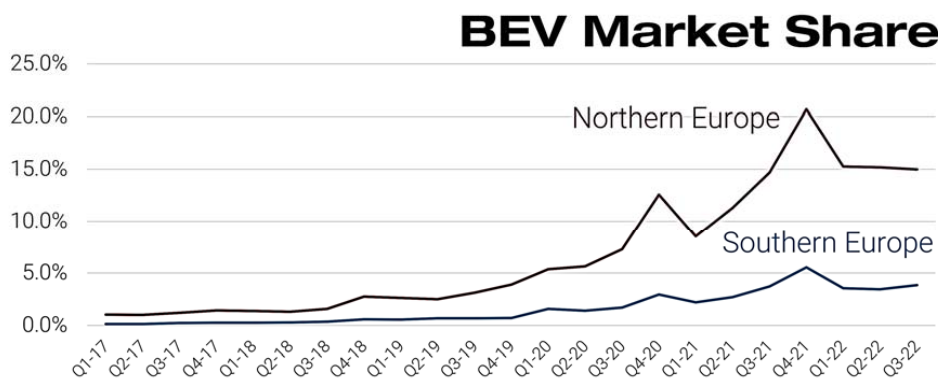


Рис. 1. Частка електромобілів в різних країнах Європи [8]

ринку електромобілів за перший квартал 2023 року в півтора-два рази більша, ніж за аналогічний показник минулого. Однак все одно вона становить менше 5–10%, тобто набагато гірше, ніж в розвинутих країнах з показниками у 15–30%, які набагато раніше запровадили систему стимулів купівлі електромобілів.

Вплив ринку електромобілів на інші галузі. Ринок електричних транспортних засобів величезний, і він складається не лише з легкових автомобілів, про які описано в цій статті. Комерційні транспортні засоби, такі як вантажівки та автобуси, поки що знаходяться в початковій фазі переходу на електротягу. І перспективи у них такі ж величезні, як у легкових. Водночас дво- та триколісні транспортні засоби в процесі електромобілізації значно випередили персональні легкові авто.

Сьогодні ринок електричних малих транспортних засобів оцінюється у 49% від загального, а парк малого дво-триколісного електротранспорту – у 292,5 мільйони [12]. Це більш ніж вдесятеро більше за парк електричних легкових авто у світі і в 300 разів – за парк електровантажівок. Ця категорія транспорту, яка має суттєве розповсюдження насамперед в країнах Азії, також має суттєвий вплив на екологію та зміну тенденцій у суміжних видах промисловості.

Вже сьогодні суттєве поширення електромобілів впливає на різні галузі економіки, а через кілька років їх роль набуде вирішального значення для кількох галузей. Зокрема, через поширення електромобілів зменшується споживання нафтопродуктів. Використання електромобілів замість авто з ДВЗ вже сьогодні стає причиною відмови від 1,5 мільйона барелів нафти на день, що еквівалентно 3% світового попиту на нафтопродукти.

Водночас з геометричною прогресією росте попит на нікель, кобальт і нікель – речовини, з яких роблять тягові акумуляторні батареї для електромобілів.

Необхідність встановлення зарядних станцій для електромобілів суттєво змінює не лише структуру електромереж, споживання електроенергії, але й вимагає збільшення частки відновлювальної енергії у її виробництві. Всі ці та інші аспекти заміни транспорту з такого, що споживає нафтопродукти на споживача електроенергії потребує більш глибокого дослідження та аналізу. Зокрема, за прогнозами Bloomberg, пік споживання нафти у світі припаде на 2027 рік, після чого піде на спад. Водночас попит на літій з 2022 по 2050 роки виросте у 22 рази. А от пік викидів автомобільним транспортом зростатиме трохи довше – до 2029 року, після чого через описані вище зусилля піде на спад. Таким чином, світові дії щодо зменшення навантаження на екологію через викиди транспорту дадуть позитивні результати та суттєво змінять економічну модель світу, використовуючи циркулярну систему взаємовідносин.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Продажі електричних транспортних засобів збільшуються у всьому світі, особливо у Китаї, Європі та США. Основною причиною цієї ситуації є розробка і впровадження спеціальних програм на рівні країн та їх союзів, які мають на меті суттєве скорочення викидів парникових газів в атмосферу. Для цього в Євросоюзі ухвалені програми «Європейська зелена угода» (European Green Deal), «План дій з циркулярної економіки». Вони передбачають скорочення на континенті викиду парникових газів до 2030 року на 55% у порівнянні з 1990 роком. Один з шляхів для цієї мети – заборона продажу в країнах ЄС нових автомобілів з двигунами внутрішнього згорання з 2035 року.

В європейських країнах діють системи стимулювання купівлі електромобілів. І чим раніше уряди країн почали ці програми, тим кращі результати. Так, в Норвегії почали надавати пільги для купівлі та власників електромобілів ще з 1990 року, і вони щоразу збільшувались. Мова йде про звільнення від податків, надання пільг в експлуатації екологічно чистих авто тощо. Як результат, за ці роки частка електромобілів в парку Норвегії сягає 77% – це рекорд серед усіх країн світу. Такий результат став причиною поступової відміни пільг для купівлі електроавто.

Інші європейські країни пішли подібним шляхом, але значно пізніше. Вони надавали бонуси у кілька тисяч євро для тих, хто купує електромобілі, звільняли власників від реєстраційних витрат, плати за дороги та транспортного податку. Найбільшого успіху добились країни Північної Європи, а також більш розвинуті країни Західної Європи. В них вже в минулому році частка продажів нових електромобілів сягала близько 15%. Водночас країни південної Європи та менш розвинуті країни ЄС розпочали стимулювання попиту на електромобілі лише нещодавно. Тому в них частка продажів авто на чистій енергії росте, однак їх доля в авто-ринку поки що незначна.

Водночас тенденція до росту продажів екологічно чистих авто незмінна у всіх країнах Європи. Очікуються, що за результатами 2023 року у світі продадуть до 14 мільйонів електромобілів, що на 35% більше, ніж минулого року. Це становитиме 18% від загального обсягу продажу нових автомобілів.

Окрім ринку легкових авто, в напрямку електромобілізації розвиваються інші види транспорту – комерційні вантажівки, автобуси. А персональні малі транспортні засоби, як-от дво- та триколісні мотоцикли, вже досягли набагато більшого розповсюдження, аніж легкові автомобілі. І всі ці види транспорту суттєво змінили попит на нафтопродукти та деякі види викопних корисних копалин, а також на електроенергію та її збереження.

Список використаних джерел:

1. A European Green Deal / European Commission. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_en
2. Integrated Approach CO2 / OICA. URL: <https://www.oica.net/wp-content/uploads/climate-change-and-co2-brochure.pdf>
3. A new Circular Economy Action Plan For a cleaner and more competitive Europe / European Commission. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1583933814386&uri=COM:2020:98:FIN>
4. Electric cars: Tax benefits and purchase incentives (2023) / ACEA. URL: <https://www.acea.auto/fact/electric-cars-tax-benefits-purchase-incentives-2023/>
5. Electric commercial vehicles: Tax benefits and purchase incentives (2023) / ACEA. URL: <https://www.acea.auto/fact/electric-commercial-vehicles-tax-benefits-and-purchase-incentives-2023/>

6. Facts about the automotive industry / ACEA. URL: <https://www.acea.auto/fact/facts-about-the-automobile-industry/>
7. Global EV Outlook 2023 / IEA. URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2023/executive-summary>
8. EV growth inconsistent across Europe and US, while developing markets fall further behind [JATO Dynamics]. URL: https://www.jato.com/ev-growth-inconsistent-across-europe-and-us-while-developing-markets-fall-further-behind/?from_newsroom=true
9. European Alternative Fuels Observatory | European Commission. URL: <https://alternative-fuels-observatory.ec.europa.eu/transport-mode/road/norway/incentives-legislations>
10. З 1 липня при першій реєстрації електрокарів пенсійний збір не сплачується [Юрліга]. URL: https://jurliga.ligazakon.net/news/212280_z-1-lipnya-pri-pershyy-restrats-elektrokarv-pensyniy-zbr-ne-splachutsya
11. New car registrations: +17.8% in June, battery electric 15.1% market share [ACEA]. URL: <https://www.acea.auto/pc-registrations/new-car-registrations-17-8-in-june-battery-electric-15-1-market-share/>
12. Electric Vehicle Outlook 2023 [Bloomberg NEF]. URL: <https://about.bnef.com/electric-vehicle-outlook/#download>
13. Electric Vehicle Outlook 2023 [Bloomberg NEF]. URL: <https://about.bnef.com/electric-vehicle-outlook/#download>
14. EV growth inconsistent across Europe and US, while developing markets fall further behind [JATO Dynamics]. URL: https://www.jato.com/ev-growth-inconsistent-across-europe-and-us-while-developing-markets-fall-further-behind/?from_newsroom=true
15. Electric cars: Tax benefits and purchase incentives (2023) / ACEA. URL: <https://www.acea.auto/fact/electric-cars-tax-benefits-purchase-incentives-2023/>
16. New car registrations: +17.8% in June, battery electric 15.1% market share [ACEA]. URL: <https://www.acea.auto/pc-registrations/new-car-registrations-17-8-in-june-battery-electric-15-1-market-share/>

References:

1. A European Green Deal / European Commission. Available at: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/delivering-european-green-deal_en
2. Integrated Approach CO2 / OICA. Available at: <https://www.oica.net/wp-content/uploads/climate-change-and-co2-brochure.pdf>
3. A new Circular Economy Action Plan For a cleaner and more competitive Europe / European Commission. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1583933814386&uri=COM:2020:98:FIN>
4. Electric cars: Tax benefits and purchase incentives (2023) / ACEA. Available at: <https://www.acea.auto/fact/electric-cars-tax-benefits-purchase-incentives-2023/>
5. Electric commercial vehicles: Tax benefits and purchase incentives (2023) / ACEA. Available at: <https://www.acea.auto/fact/electric-commercial-vehicles-tax-benefits-and-purchase-incentives-2023/>
6. Facts about the automotive industry / ACEA. Available at: <https://www.acea.auto/fact/facts-about-the-automobile-industry/>
7. Global EV Outlook 2023 / IEA. Available at: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2023/executive-summary>
8. EV growth inconsistent across Europe and US, while developing markets fall further behind [JATO Dynamics]. Available at: https://www.jato.com/ev-growth-inconsistent-across-europe-and-us-while-developing-markets-fall-further-behind/?from_newsroom=true
9. European Alternative Fuels Observatory | European Commission. Available at: <https://alternative-fuels-observatory.ec.europa.eu/transport-mode/road/norway/incentives-legislations>
10. З 1 липня при першій реєстрації електрокарів пенсійний збір не сплачується [Юрліга] [From July 1, upon the first registration of electric cars, the pension fee is not paid [Jurliga]]. Available at: https://jurliga.ligazakon.net/news/212280_z-1-lipnya-pri-pershyy-restrats-elektrokarv-pensyniy-zbr-ne-splachutsya
11. New car registrations: +17.8% in June, battery electric 15.1% market share [ACEA]. Available at: <https://www.acea.auto/pc-registrations/new-car-registrations-17-8-in-june-battery-electric-15-1-market-share/>
12. Electric Vehicle Outlook 2023 [Bloomberg NEF]. Available at: <https://about.bnef.com/electric-vehicle-outlook/#download>
13. Electric Vehicle Outlook 2023 [Bloomberg NEF]. Available at: <https://about.bnef.com/electric-vehicle-outlook/#download>
14. EV growth inconsistent across Europe and US, while developing markets fall further behind [JATO Dynamics]. Available at: https://www.jato.com/ev-growth-inconsistent-across-europe-and-us-while-developing-markets-fall-further-behind/?from_newsroom=true
15. Electric cars: Tax benefits and purchase incentives (2023) / ACEA. Available at: <https://www.acea.auto/fact/electric-cars-tax-benefits-purchase-incentives-2023/>
16. New car registrations: +17.8% in June, battery electric 15.1% market share [ACEA]. Available at: <https://www.acea.auto/pc-registrations/new-car-registrations-17-8-in-june-battery-electric-15-1-market-share/>

УДК 338.43

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-12>**Мікуліна М.О.**кандидат економічних наук, доцент кафедри агроінжинірингу,
Сумський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6918-5192>**Богінська Л.О.**кандидат економічних наук, доцент кафедри геодезії та землеустрою,
Сумський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8635-7980>**Поливаний А.Д.**здобувач вищої освіти,
Сумський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8363-7186>**Mikulina Marina, Boginska Ludmila, Polyvaniy Anton**
Sumy National Agrarian University

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ВІД ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ ТОЧНОГО ЗЕМЛЕРОБСТВА

В роботі описані сучасні методи та способи визначення рельєфу та оцінка його економічної ефективності, які включають використання глобальної позиційної системи (GPS): за допомогою супутникової навігації можна встановити точне положення в реальному часі і збирати дані про висоту точок на полі, ці дані можуть бути використані для визначення кута нахилу поверхні; лазерного сканування: в СТЗ можуть використовуватися лазерні сканери, які сканують поверхню поля і створюють точну тривимірну модель рельєфу, що буде, крім іншого, містити інформацію про кути нахилу поверхні в різних частинах поля; диференційної геодезії: допомогою спеціальних геодезичних інструментів можна визначити кут нахилу і створити цифрову модель рельєфу; та дистанційного зондування: в СТЗ також можуть використовувати дистанційне зондування, таке як супутникові зображення або аерофотознімки, для аналізу рельєфу поля. За допомогою спеціального програмного забезпечення можна обробити ці зображення і визначити кут нахилу різних ділянок поля. Згідно отриманих даних, обробка поля з рельєфом 15%, відносно поля з рельєфом 2%, призводить до зростання витрати палива та паливо-мастильних матеріалів в середньому, для 5 агрегатів різного складу, на 45,5 та 48% відповідно. Інші показники погіршуються в середньому на 1,66 – 3,88%. Все це, в результаті, призводить до суттєвого збільшення прямих експлуатаційних витрат машинного агрегату на обробку одного гектару поля.

Ключові слова: системи точного землеробства (PAS), глобальна система позиціонування (GPS), експлуатаційні витрати, рельєф, економічна ефективність.

ASSESSMENT OF THE ECONOMIC EFFICIENCY OF THE IMPLEMENTATION OF THE PRECISION AGRICULTURE SYSTEM

The work describes modern methods and methods of determining the terrain and assessing its economic effect, which include the use of the global positioning system (GPS): with the help of satellite navigation, it is possible to establish an exact position in real time and collect data on the height of points on the field, this data can be used to determine the angle of inclination of the surface; laser scanning: laser scanners that scan the surface of the field and create an accurate three-dimensional model of the relief, which will, among other things, contain information about the angles of inclination of the surface in different parts of the field can be used in STZ; differential geodesy: with the help of special geodetic tools, you can determine the angle of inclination and create a digital model of the terrain; and Remote Sensing: Remote sensing, such as satellite imagery or aerial photography, can also be used in STPs to analyze field topography. With the help of special software, you can process these images and determine the angle of inclination of different sections of the field. The problems of increasing the efficiency of the use of land within the framework of agricultural land use, taking into account the system of precision farming in the process of intensification of agricultural production, are a component of the unified state ecological and economic policy, which ensures the rational use, protection and management of land resources, as well as the formation of information about their natural, legal and economic condition. The general level of growth of costs for cultivation of 1 hectare of field when the slope increases from 2 to 15% varies from 7.6% to 11.38%, depending on the machine unit. An increase in field surface slope between 0% and 20% results in a modest increase in direct operating costs, averaging 0.766%, for each successive percent of slope. According to the obtained data, processing a field with a relief of 15%, relative to a field with a relief of 2%, leads to an increase in the consumption of fuel and fuel-lubricating materials on average, for 5 units of different composition, by 45.5 and 48%, respectively. Other indicators deteriorate by an average of 1.66 – 3.88%. All this, as a result, leads to a significant increase in the direct operating costs of the machine unit for processing one hectare of field.

Keywords: precision agriculture systems (PAS), global positioning system (GPS), operating costs, terrain, economic efficiency.

JEL Classification: Q15

Постановка проблеми. Україна активно розвиває системи точного землеробства і вже має певний рівень їх впровадження. На сьогоднішній день ми знаходимося на початковому етапі їх розвитку, порівняно з країнами західної Європи. Використання СТЗ в Україні стає все більш поширеним серед сільськогосподарських підприємств та фермерських господарств. Ключовими напрямками впровадження СТЗ в Україні є визначення рельєфу поля, контроль якості обробки ґрунту, точне розподілення добрив, захист рослин, оптимізація поливу та інші аспекти землеробства [3; 4].

В останні роки спостерігається активне усвідомлення ефективності та зростання інтересу до СТЗ серед аграріїв нашої країни та світу взагалі. Україна має значний економіко-технічний потенціал для подальшого розвитку систем точного землеробства, використання новітніх технологій та методів, а також інтеграцію з вже наявними агротехнологіями для досягнення більшої продуктивності, економічності та ефективності сільського господарства.

Крім того, на сьогоднішній день існує потреба в оцінці економічної ефективності використання СТЗ для визначення рельєфу поля. Які саме переваги та вплив на техніко-економічні показники роботи машинного агрегату надає використання СТЗ для визначення рельєфу? Які є конкретні показники економічної ефективності та які зміни відбуваються в роботі машинного агрегату при різних кутах нахилу поверхні поля? Ці питання є актуальними тому, що їх вирішення сприяють зниженню витрат за рахунок раціонального використання сільськогосподарської техніки, веденню раціонального землекористування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень на тему визначення рельєфу сільськогосподарського поля за допомогою новітніх систем точного землеробства та оцінка його економічного впливу на агровиробництво показав, що дана проблематика є малодослідженою, особливо зі сторони українських науковців, а тому вимагає детального опрацювання.

Дослідники, такі як Данкевич В.С. [1], Копішинська О.П. [2], Панкова Л. [5] та інші, звернули увагу на важливість та способи використання даних супутникової зйомки в СТЗ для дослідження рельєфу полів, економічну та виробничу ефективність впровадження СТЗ в український агробізнес.

Мета статті: дослідити сучасні методи і способи визначення рельєфу, оцінку впливу кута нахилу поверхні поля на техніко-економічні показники роботи машинного агрегату, встановлення залежностей між кутом нахилу поверхні поля та збільшенням прямих експлуатаційних витрат машинного агрегату на обробку одного гектару поля за інших рівних умов.

Вклад основного матеріалу дослідження. Економічна ефективність сільськогосподарського виробництва є комплексним поняттям, яке відображає ступінь впливу ряду факторів на економію ресурсів матеріальної та енергетичної групи.

Економічна ефективність точного землеробства має місце при поліпшенні підсумкових показників аграрного виробництва при: збільшенні прибутку за рахунок підвищення врожайності сільгоспкультур, якості продукції, скорочення витрат праці та зниження собівартості виробництва продукції. Технології точного

землеробства є однією з найперспективніших груп ресурсозберігаючих технологій в аграрному виробництві. Їх застосування спрямоване на підвищення ефективності виробництва через диференційовану дію на систему «ґрунторослина», враховуючи просторову та тимчасову мінливість параметрів родючості та стану рослин [1].

Системи точного землеробства – це комплекс технологій та методів, які використовуються для збору, обробки та аналізу геопросторової інформації з метою покращення ефективності сільськогосподарського виробництва. Вони базуються на використанні сучасних інструментів, таких як глобальна позиційна система (GPS), географічні інформаційні системи (ГІС), дистанційне зондування, автоматизовані системи керування сільськогосподарською технікою тощо.

Кут нахилу сільськогосподарського поля може бути різним і варіюватися від плоского до досить крутого. Ось деякі загальні категорії рельєфу поля та їх опис [4]:

1. Плоский рельєф (нахил 0-2%): цей тип рельєфу характеризується майже повністю рівною поверхнею без помітних нахилів або схилів. Він дозволяє легке проведення механізованого обробітку ґрунту.

2. Рельєф з помірним нахилом (нахил 2-8%): такий рельєф може мати помірні нахили або схили. Він вимагає застосування деяких конструктивних рішень, щоб запобігти ерозії ґрунту.

3. Крутий рельєф (нахил 8-15%): крутий рельєф вимагає спеціальних заходів для запобігання ерозії і руйнування ґрунту. Такі поля можуть вимагати терасування або інших інженерних рішень для забезпечення стабільності.

4. Дуже крутий рельєф (нахил > 15%): цей тип рельєфу відноситься до дуже крутих схилів або гірських територій. Вирощування сільськогосподарських культур на такому рельєфі може бути складним і вимагати спеціальних методів, таких як терасування або спеціальні системи поливу. Проведення механізованого обробітку ґрунту на полі з таким нахилом значно ускладнене [3].

Для визначення економічного впливу кута нахилу поля на прями експлуатаційні витрати агрегату, необхідно, спершу, знайти всі складові прямих експлуатаційних витрат та визначити вплив на них рельєфу.

Загальний рівень зростання витрат на обробіток 1 га поля при збільшенні нахилу з 2 до 15% варіюється від 7,6% до 11,38%, в залежності від машинного агрегату. Зростання кута нахилу поверхні поля в діапазоні від 0% до 20% призводить до помірного збільшення прямих експлуатаційних витрат, в середньому на 0,766%, для кожного наступного відсотка нахилу [4].

Витрати на паливе МА для обробітку одного га поля знаходимо за формулою (1). Підвищення сил опору підйому значно збільшує ефективну потужність агрегату, що, в свою чергу, впливає на його витрату палива та мастил, збільшуючи витрати на паливе та ПММ для обробітку 1 га поля [2]:

$$C_n = \frac{ВП * V_d}{П}, \quad (1)$$

де, C_n – витрати на паливо, грн/га;

ВП – витрата палива ЕЗ, кг/га;

V_d – вартість дизельного палива, прийняти за 49 грн/л;

П – продуктивність МА, га/год.

Витрати на паливо-мастильні матеріали для ЕЗ та АМ знаходимо за формулою (2) [2]:

$$C_{ПММ} = \frac{0.04 * ВП * V_{ПММ}}{П}, \quad (2)$$

де, $C_{ПММ}$ – витрати на паливо-мастильні матеріали, грн/га;

$V_{ПММ}$ – комплексна вартість паливо-мастильних матеріалів, прийняли за 280 грн/кг.

Прямі експлуатаційні витрати на виконання агро-робіт розраховуються за формулою (3). Вплив кута нахилу поля на амортизацію, витрати на ТО й ремонт та оплату праці водіїв вкрай незначний, це буде доведено далі, тому детально принципи їх знаходження у даній роботі не розглядалися [1]:

$$Q = C_n + C_{ПММ} + C_v + A + C_{ТО} \quad (3)$$

де, Q – собівартість виконання агроробіт, грн/га;

A – амортизаційні відрахування, грн/га;

$C_{ТО}$ – витрати на ТО та ремонт, грн/га;

C_v – витрати на оплату праці водіїв, грн/га.

Загальний рівень зростання витрат на обробіток 1 га поля при збільшенні кута нахилу його поверхні з 2 до 15% для 5 МА, що розглядалися, наступний:

МА 1: при $\theta = 2\%$: 703 грн/га, при $\theta = 15\%$: 783 грн/га, ріст на 11,38%;

МА 2: при $\theta = 2\%$: 572 грн/га, при $\theta = 15\%$: 626 грн/га, ріст на 9,44%;

МА 3: при $\theta = 2\%$: 595 грн/га, при $\theta = 15\%$: 659 грн/га, ріст на 10,76%;

МА 4: при $\theta = 2\%$: 610 грн/га, при $\theta = 15\%$: 662 грн/га, ріст на 8,52%;

МА 5: при $\theta = 2\%$: 671 грн/га, при $\theta = 15\%$: 722 грн/га, ріст на 7,6%;

В середньому зростання на 9,52%: з 630 грн/га до 690 грн/га.

Аналізуючи отримані результати досліджень, можемо констатувати, що зміна кута нахилу поверхні поля має значний вплив на економічні показники роботи машинних агрегатів. Особливо великий вплив спостерігається на показники енергетичної ефективності.

Зростання кута нахилу поверхні поля в діапазоні від 0% до 20% призводить до помірного збільшення прямих експлуатаційних витрат, в середньому на 0,766% для кожного наступного відсотка нахилу. Загальний рівень зростання витрат на обробіток 1 га поля при збільшенні нахилу з 2 до 15% варіюється від 7,6% до 11,38%, в залежності від машинного агрегату [5].

На даний час зарубіжна та вітчизняна література не має загальноприйнятого визначення визначення «точне землеробство», виходячи з вимог комплексної ефективності (рис. 1).

У сучасних умовах господарювання багато аграрних формувань знаходяться в пошуку шляхів виходу з економічної кризи з мінімальними для себе витратами. Одним із напрямків сприяння «життєздатності» аграрного підприємства є використання системи точного землеробства в аграрному виробництві (рис. 2).

Кожен етап (блок) складається з ряду процедур. Так, для першого етапу актуальними є наявність наступних процедур, сутність яких складається з: комплектування команди, яка формується із спеціалістів, до яких висуваються спеціальні вимоги (присутність аналітичного складу розуму, добутий досвід управлінської діяльності, вміння командної співпраці тощо); попередньої фахової підготовки усіх членів команди (ознайомлення з методикою прове-



Рис. 1. Система оцінювання комплексної ефективності застосування технологій точного землеробства

Джерело: складено авторами

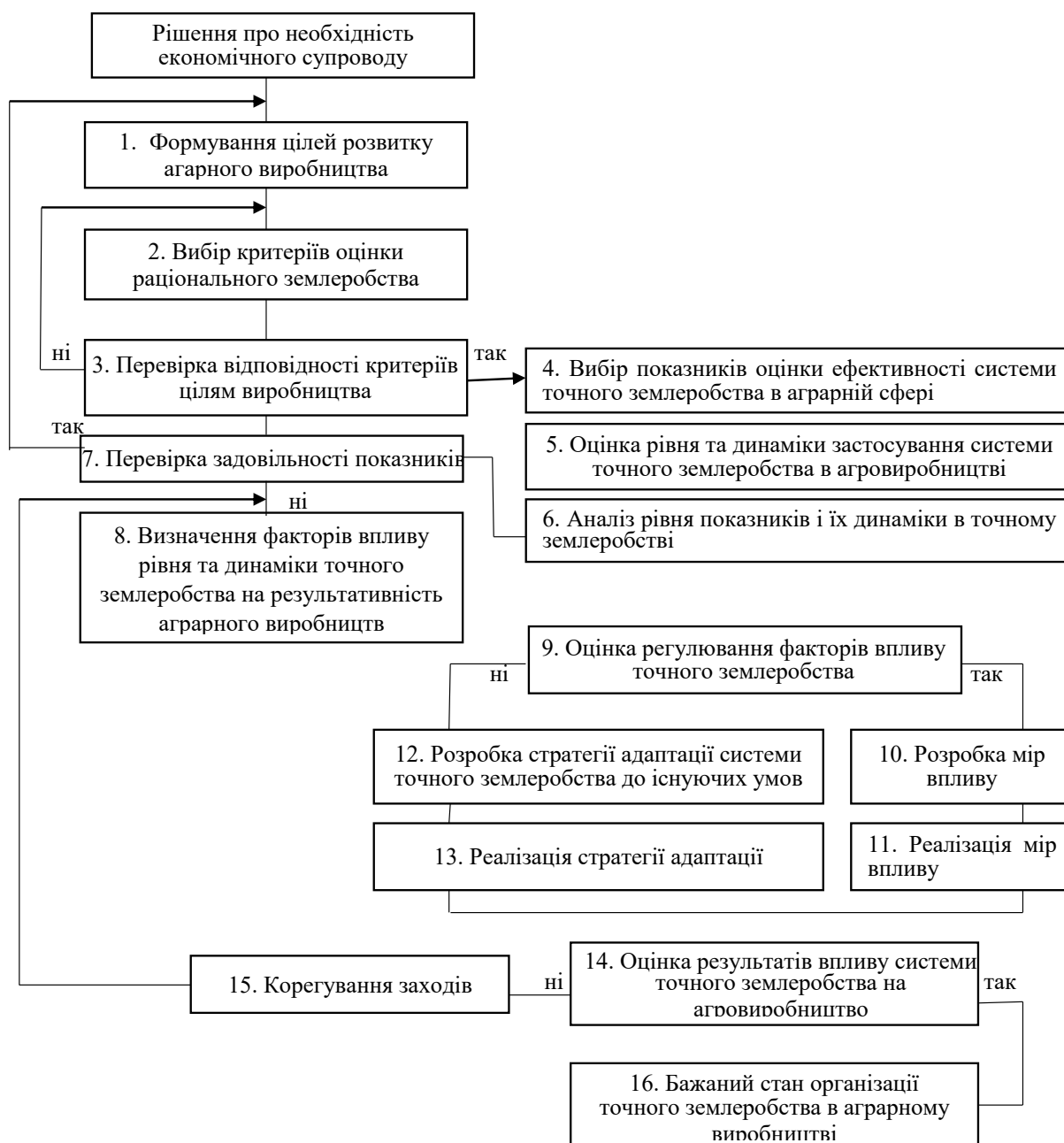


Рис. 2. Блок-схема алгоритму управління розвитком системи точного землеробства в аграрній сфері

Джерело: розроблено авторами

дення аналізу щодо ефективності дії системи точного землеробства); побудови дерева цілей розвитку схем точного землеробства через командні дії; формування стратегії розвитку аграрного виробництва з урахуванням системи точного землеробства (регіону, підприємства). Отже, процедури передбачені для кожного з блоків. Розроблений авторами алгоритм є універсальним і є придатним до застосування при управлінні розвитком аграрної галузі регіону, конкретного сільськогосподарського підприємства [6].

Висновки. Використання СТЗ забезпечує більш ефективне планування та управління земельними ресурсами, допомагає зменшити витрати палива та паливно-мастильних матеріалів, а також покращує загальну економічну продуктивність обробки поля.

Згідно отриманих даних, обробка поля з рельєфом 15%, відносно поля з рельєфом 2%, призводить до зростання витрати палива та паливо-мастильних матеріалів в середньому, для 5 агрегатів різного складу, на 45,5 та 48% відповідно. Інші показники погіршуються в середньому на 1,66 – 3,88%. Все це, в результаті, призводить до суттєвого збільшення прямих експлуатаційних витрат машинного агрегату на обробку одного гектару поля.

Загальний рівень зростання витрат на обробіток 1 га поля при збільшенні нахилу з 2 до 15% варіюється від 7,6% до 11,38%, в залежності від машинного агрегату. Зростання кута нахилу поверхні поля в діапазоні від 0% до 20% призводить до помірному збільшенню прямих експлуатаційних витрат, в середньому на 0,766%, для кожного наступного відсотка нахилу.

Список використаних джерел:

1. Данкевич В.С. Економічна ефективність технологій точного землеробства. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2013. № 6. С. 102–109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_6_17
2. Копішинська О.П., Маренич М.М., Уткін Ю.В. Ефективність запровадження систем точного землеробства в аграрних підприємствах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2019. Вип. 34. С. 157–163. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2019_34_36
3. Мікуліна М.О., Поливаний А.Д. Методичні підходи стосовно вивчення впливу типу ходової системи тракторів на техніко-економічні показники. In: *The 5 th International scientific and practical conference "Science and innovation of modern world" (January 25–27, 2023) Cognum Publishing House, London, United Kingdom*. 2023. P. 185.
4. Мікуліна М.О., Поливаний А.Д., Бондаренко В.В. Техніко-економічна оцінка використання систем і технології в рослинництві. In: *The 8 th International scientific and practical conference "Science and technology: problems, prospects and innovations" (May 11–13, 2023) CPN Publishing Group, Osaka, Japan*. 2023. P. 18–22.
5. Pánková L., Aulová R., Jarolímek J. (2020). Economic aspects of precision agriculture systems. *AGRIS on-line Papers in Economics and Informatics*, 12, 59–67. DOI: <https://doi.org/10.7160/aol.2020.120306>
6. Boginska L., Tolbatov A. and other (2019). Organizational and technical aspects of introduction of innovations of organic agriculture and rational land use of the agrarian enterprises. *Ukrainian Journal of Ukrainian Journal of Ecology*, vol. 9(2), pp. 110–11.

References:

1. Dankevych, V. (2013), «Economic efficiency of precision farming technologies», *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu im. V.V. Dokuchaieva. Seriya "Ekonomichni nauky"*, vol. 6, p. 102. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_6_17
2. Kopishynska, O., Marenych, M., Utkin, Y. (2019), «Effectiveness of implementation of precision farming systems in agricultural enterprises», *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriya «Ekonomichni nauky»*, vol. 34, pp. 157–163. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2019_34_36
3. Mikulina M., Polyvanyi A. (2023), «Methodical approaches to the study of the influence of the type of tractor running system on technical and economic indicators», *The 5 th International scientific and practical conference "Science and innovation of modern world" (January 25–27) Cognum Publishing House, London, United Kingdom*, p. 185.
4. Mikulina M., Polyvanyi A., Bondarenko V. (2023), «Technical and economic evaluation of the use of systems and technology in crop production», In: *The 8 th International scientific and practical conference "Science and technology: problems, prospects and innovations" (May 11–13), CPN Publishing Group, Osaka, Japan.*, pp. 18–22.
5. Pánková L., Aulová R., Jarolímek, J. (2020). Economic aspects of precision agriculture systems. *AGRIS on-line Papers in Economics and Informatics*, 12 (665-2022-412), pp. 59–67. DOI: <https://doi.org/10.7160/aol.2020.120306>
6. Boginska L., Tolbatov A. and other (2019). Organizational and technical aspects of introduction of innovations of organic agriculture and rational land use of the agrarian enterprises. *Ukrainian Journal of Ukrainian Journal of Ecology*, vol. 9(2), pp. 110–11.

УДК 330.342

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-13>**Нагара М.Б.**

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародного туризму і готельного бізнесу,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3052-6911>

Nahara Maryna

West Ukrainian National University

МЕТОДИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ РІВНЯ ЦИРКУЛЯРНІСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті обґрунтовано теоретичні аспекти циркулярної економіки на сучасному етапі та окреслено прогнозовані ефекти її реалізації на мікрорівні. Проаналізовано результати аналітичного огляду та порівняння найпоширеніших в наукових дослідженнях методичних підходів до оцінки економіки замкнутого циклу на локальному рівні. Детерміновано, що формування релевантної системи індикаторів циркулярності підприємства потребує комплексних змін традиційного соціально-економічного та екологічного механізмів функціонування. Встановлено, що показники циркулярної економіки на мікрорівні, як правило, охоплюють 3R-імперативи, при цьому не відображають різновекторність замкнутого циклу, недостатньо аналізують екологічність і безвідходність виробництва та споживання. Розроблено комплексний методичний інструменту оцінки циркулярного розвитку підприємства, що дасть змогу забезпечити економіко-екологічну та соціальну рівновагу на засадах циркулярності.

Ключові слова: циркулярна економіка, індикатор, підприємство, екосистема, сталий розвиток, екодизайн.

METHODICAL PECULIARITIES OF ASSESSING THE LEVEL OF ENTERPRISE CIRCULARITY

It is substantiated that an important role in the process of the country's transition to a circular model of economy is played by the primary links of the economic system – enterprises. Implementation of the circular economy principles can transform various aspects of businesses, including the organisation of business processes, interaction with suppliers, selection of raw materials, transport and distribution networks, customer relations and the end of the product life cycle. It is established that the lack of reliable data of the circular economy principles at the micro level leads to managerial problems, which impedes the formation of an effective strategy for sustainable enterprise development. It is noted that indicators of the closed-loop economy are necessary to monitor the progress in order to generate managerial influences to activate the cumulative effects of the circular economy model. It is envisaged that circular economy indicators can be used as key performance indicators for benchmarking enterprises by various stakeholders (partners, investors, government agencies), for informing consumers, and as a basis for regulatory changes, etc. The article substantiates the theoretical aspects of the circular economy at the current stage and outlines the predicted effects of its implementation at the micro level. The results of the analytical review and comparison of the most common in scientific research methodological approaches to the evaluation of the closed-loop economy at the local level are analyzed. It is determined that the formation of a relevant system of indicators of enterprise circularity requires complex changes in the traditional social, economic and environmental mechanisms of functioning. It is established that the indicators of the circular economy at the micro level usually cover the 3R imperatives. At the same time, they do not reflect the multi-vector nature of the closed cycle, and insufficiently analyse the environmental friendliness and zero-waste nature of production and consumption. A comprehensive methodological tool for assessing the circular development of an enterprise is developed. It will enable to ensure economic, environmental and social balance on the basis of circularity.

Keywords: circular economy, indicator, enterprise, ecosystem, sustainable development, ecodesign.

JEL classification: Q01, Q32, Q56

Постановка проблеми. Дихотомія обмежених сировинних та енергетичних ресурсів, а також необмежених потреб людини в рамках лінійних моделей виробництва й споживання стала причиною глобальних екологічних проблем, серед яких виділяються неефективне управління відходами, виснаження природних ресурсів, викиди парникових газів, зміна клімату, забруднення морів та океанів. Збільшення населення до 9.6 млрд. осіб протягом періоду до 2050 року посилить тиск на економічну систему та довкілля, оскільки генерація відходів збільшиться до 3,4 млрд тонн, що вдвічі більше зростання населення [1]. Превалуючі лінійні моделі виробництва та споживання не здатні підтримувати стійкий економічний розвиток в інтересах майбутніх поколінь. Це свідчить, що при прогнозо-

ваному зростанні кількості населення та використанні лінійних економічних систем для задоволення потреб людей до 2050 року потрібні ресурси в кількості, яка в три рази перевищує можливості нашої планети [2]. Однією з відповідей на виклики, пов'язані з лінійною моделлю, на думку дослідників, експертів, бізнес-спільноти, є перехід до циркулярної економіки, що передбачає формування відновлювальної екосистеми, розвиток технологій замкнутого циклу з метою інтеграції економічних, соціальних та екологічних аспектів у бізнес-діяльність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальним науково-практичним засадам циркулярної економіки присвячені напрацювання таких вчених, як: Адамс К., Андерсон В., Бокен Н., Дженсен Дж.,

Гізелліні П., Зварич І., Зілл М., Кірххер Дж., Набока Р., Потапенко В., Райке Д., Сіалані К., Стахель В., Шкуренко О. та ін. Проте, незважаючи на значний інтерес до даного питання провідних науковців, а також світовий досвід з імплементації засад циркулярної економіки, слід зазначити потребу подальших досліджень щодо методичного забезпечення розвитку циркулярної економіки на мікрорівні.

Метою статті є систематизація методичних підходів до визначення рівня циркулярності підприємства та розробка алгоритму оцінки циркулярного розвитку підприємства, що дасть змогу забезпечити збалансованість функціонування економічної, екологічної та соціальної складових діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Циркулярна економіка – це не тільки поліфункціональна складова Індустрії 5.0, яка відповідає постулатам сталого розвитку, але й динамічна прикладна сфера. Циркулярна економіка є синтезом економічних, екологічних, соціальних підходів та регенеративних диверсифікованих систем, в яких втрати, викиди, відходи, витоки енергії та використання первинних ресурсів мінімізуються за допомогою рециклінгу та відновлювальних джерел енергії. Це досягається за рахунок інноваційного промислового та продуктового дизайну, орієнтованому на довговічність і тривале використання; технічного обслуговування та сервісній підтримці; ремонту; повторному та спільному використанню; відновленню, переробці тощо. Концепція циркулярної економіки передбачає побудову економічної діяльності на принципах відновлення ресурсів та збереження соціально-еколого-економічної рівноваги, що дозволяє забезпечувати ефективність на мікро-, мезо- та глобальному рівні. Перехід до циркулярної економіки передбачає не тільки коригування ланцюгів створення вартості з метою зниження негативного впливу на екосистему, а досягнення сталого зростання на всіх рівнях діяльності з метою формування інноваційних економічних переваг та забезпечення екологічних і соціальних вигод.

Поняття циркулярної економіки було введено у науковий обіг у 60–70-х рр. ХХ ст. Ключовими факторами становлення концепції є формування екологічної та природоохоронної відповідальності, а також реалізація цілей сталого розвитку. Специфіку циркулярної економіки розкрито у працях вітчизняних і зарубіжних вчених через розгляд [3; 4, с. 625; 5, с. 94]:

- взаємозв'язку між доходами населення та рівнем екологічної шкоди (К. Адамс, Р. Набока);
- екологічного ефекту від використання альтернативних джерел енергії (Р. Мей, М. Тайш);
- екологічних критеріїв циркулярної та лінійної економік за допомогою ADL-моделей (Г. Гейес, М. Мендоза, М. Зілл, О. Хандогіна);
- замкнутих циклів, представлених в теорії “космічного корабля” (К. Боулдеринг);
- теорії еволюційної екології (Л. Вет, М. Браунгарт, О. Шкуренко);
- замкнутих ланцюгів поставок та зворотної логістики (К. Деккер, Е. Конгар, Г. Грем);
- аналіз рентабельності продукції з урахуванням ремануфактурингу (Дж. Саркіс, К. Мукхерджи).

Теоретичні напрацювання вчених доводять необхідність створення та імплементації дієвої моделі

замкнутих циклів у практичну діяльність. Йдеться про здобутки Фонду Еллен Макартур, у рамках діяльності якого об'єднані ідеї та думки різних наукових шкіл, доопрацьовані до масштабів комплексної концепції з адаптацією на мікро-, мезо- та макрорівнях. Розроблений фондом перехід на новий формат ведення бізнесу замінює концепцію “споживач” на концепцію “користувач”, виводячи на новий рівень розуміння продуктивності товару, що виступає домінуючою складовою ланцюга створення цінності.

Дані принципи, порівняно з лінійним дизайном товару та використанням матеріалів, дозволяють знайти альтернативні можливості отримання додаткового прибутку: “сила внутрішнього циклу” (мінімізація витрат матеріалів порівняно з лінійною виробничою моделлю); “сила циклу” (збільшення максимальної кількості послідовних циклів та/або часу в кожному циклі); “сила каскадного використання” (диверсифікація вторинного споживання по всьому ланцюгу створення вартості); “сила чистих циклів” (наявність незабрудненої сировини підвищує якість та довговічність продукту) [6, с. 101].

Важливу роль в процесі переходу країни до циркулярної моделі економіки відіграють первинні ланки економічної системи – підприємства, які об'єднують для виробництва продукції матеріальні, людські, інформаційні та фінансові ресурси. Імплементація принципів циркулярної економіки здатна трансформувати різні аспекти діяльності підприємства, включаючи організацію бізнес-процесів, взаємодію з постачальниками, вибір сировини, транспортних та розподільчих мереж, відносини із споживачами та закінчення життєвого циклу продукції. Відсутність достовірних даних про рівень розвитку засад циркулярної економіки на мікрорівні веде до проблем управлінського характеру, що перешкоджає формуванню релевантної стратегії сталого розвитку підприємства. Крім того, показники розвитку економіки замкнутого циклу необхідні для моніторингу прогресу з метою генерування управлінських впливів для активізації кумулятивних ефектів циркулярної моделі економіки.

Передбачається, що індикатори циркулярної економіки можуть використовуватися в якості ключових показників ефективності для проведення бенчмаркінгу підприємств різними зацікавленими сторонами (партнерами, інвесторами, державними органами), для інформування споживачів, а також бути основою нормативних змін тощо. При цьому індикатори, що використовуються, повинні відображати основну сутність концепції циркулярної економіки; співвідноситися із системою показників, що використовується на підприємстві; враховувати релевантну кількість даних.

Незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених проблематиці економіки замкнутого циклу на мікрорівні, все ще відсутній загальноприйнятий підхід до визначення економічного змісту переходу підприємства від лінійної моделі до циркулярної.

У 2019 р. група вчених, паралізувавши понад 55 різних підходів до оцінки циркулярної економіки, “... які розроблені та використовуються дослідниками, компаніями, екологічними організаціями, урядовими установами, створили таксономію. Вона включає 10 категорій для диференціації та визначення С-показників, заснованих на принципах циркулярної економіки...”.

Категорії/критерії, що виділяються науковцями для запропонованої таксономії С-показників, передбачають врахування таких даних, як [7, с. 546]:

- рівень (мікро-, мезо-, макро-);
- цикл (збереження, повторне використання/відновлення, переробка);
- продуктивність (внутрішня, зовнішня);
- перспектива (фактична, потенційна);
- використання (покращення, порівняння, комунікація);
- трансверсальність (загальна, галузева);
- розмір (один, кілька);
- одиниці виміру (кількісні, якісні);
- формат (веб-інструмент, MS Excel, формули);
- джерела (вчені, компанії, агенції).

В сучасних умовах прискореної інноваційності для оцінювання рівня розвитку економіки замкнутого циклу на мікрорівні в науковій літературі почали використовувати спеціальні індекси, які дають змогу стейкхолдерам зрозуміти, наскільки успішно впроваджуються принципи циркулярної економіки на тому чи іншому підприємстві. До таких індексів належать: індикатор циркулярності матеріалу (The Material Circularity Indicator); індекс сталого циркулярного розвитку (The Sustainable Circular Index); індекс ефективності кругової економіки (The Circular Economy Performance Index), індикатор циркулярної економіки (Circular Economy Indicator Prototype); інструментарій циркулярної економіки (Circular Economy Toolkit) та інші.

Одним із перших спеціальних показників для визначення рівня економіки замкнутого циклу на підприємстві став індикатор циркулярності матеріалу (The Material Circularity Indicator, MCI), розроблений у 2015 р. дослідниками Фонду Еллен Макартур, ІТ-компанії Granta Design і проекту LIFE та представлений у праці “Індикатори циркулярності: підхід до вимірювання циркулярності. Методологія” (“Circularity Indicators: An Approach to Measuring Circularity. Methodology”) [8, с. 30].

Індикатор MCI показує, наскільки мінімізований лінійний матеріальний потік та визначається за наступною формулою [8, с. 31]:

$$MCI = 1 - LFI * F(X), \quad (1)$$

де LFI – індекс лінійного потоку, що розраховується як сума обсягу нової сировини у складі продукту та обсягу невідновлюваних відходів від виробництва, поділена на подвійний загальний обсяг продукції;

$F(X)$ – коефіцієнт використання продукту, побудований як функція F від корисності X . Корисність в даній ситуації відображає тривалість та інтенсивність використання продукту, порівняно із середніми показниками по галузі.

Індекс лінійного потоку (LFI) вимірює частку матеріалу, що рухається “лінійно”, враховує масу матеріалу, отриману з первинних ресурсів для виробництва продукту, а також масу відходів, які не підлягають подальшому використанню. LFI визначається наступним чином [8, с. 33]:

$$LFI = \frac{V + W}{2M + \frac{W_F - W_C}{2}}, \quad (2)$$

де V – маса сировини для виробництва продукту з первинних ресурсів;

W – маса відходів виробництва (пов’язаних з виробництвом цього продукту), що не підлягають подальшому використанню;

M – маса продукту;

W_F – маса відходів, які виникають під час переробки продукції та не підлягають подальшому використанню;

W_C – маса відходів, які виникають під час переробки частин продукту та не підлягають подальшому використанню.

Індикатор MCI набуває значень у межах від 0 до 1. При чому вища оцінка відповідає більшому рівню “замкнутості” циклів руху матеріалів для виробництва продукції.

Крім розрахунку показника циркулярності на рівні продукту, MCI може бути використаний для оцінки рівня замкнутості матеріальних циклів, які є на підприємстві. Таким чином, MCI на рівні підприємства дає змогу оцінити трансформацію діяльності підприємства від лінійного матеріального потоку до циркулярного. На думку розробників цієї методології, індикатор MCI можна застосовувати для прийняття рішень у сфері екодизайну продукції, ранжування постачальників, формування внутрішньої звітності.

Однак попри те, що MCI відображає, яка частка матеріалів продукту регенерується, даний показник не враховує, що це за матеріали і не надає інформацію про різновекторний вплив продукту на навколишнє середовище. Крім цього, оскільки індикатор MCI робить акцент на замкнутості матеріальних циклів у процесі виробництва продукції, він не враховує інтегративність концепції циркулярної економіки (ремонтпридатність продукції, лізинг, повернення продукції виробнику тощо) і, отже, не може бути використаний для комплексної оцінки рівня циркулярності підприємства.

На основі показника MCI португальські дослідники С. Азеведо та Р. Годіна розробили індекс сталого циркулярного розвитку (The Sustainable Circular Index) для оцінки сталого зростання та рівня циркулярності промислових підприємств. Для побудови індексу використовуються чотири групи показників [9, с. 10]:

1) економічні, які включають обсяг випуску та реалізації продукції, витрати на дослідження та розробки (3 показники);

2) соціальні, що відображають рівень зайнятості на підприємстві, індикатор продуктивності праці, кількість нещасних випадків на виробництві тощо (7 показників);

3) екологічні, що включають обсяг споживання води та енергії для виробничих потреб (4 показники);

4) індекс циркулярності матеріалу (MCI).

Показники, які входять до перших трьох груп, ґрунтуються на відомих методиках, що використовуються підприємствами як у повсякденній роботі, так і для складання звіту про сталий розвиток. Найбільш дієвими методиками є [9, с. 12]:

– концепція потрійного критерію (Triple Bottom Line, або TBL), відповідно до якої результат господарської діяльності підприємства повинен характеризуватись не лише фінансовими показниками, а й враховувати також соціальні та екологічні фактори для вимірювання загальних витрат на ведення бізнесу;

– підхід G4 GRI (Global Reporting Initiative) як сукупність глобальних стандартів звітності в галузі сталого розвитку, які є передовою світовою практикою звітності, яка враховує сукупність економічних, екологічних та соціальних аспектів;

– стандарт ISO 14031, який передбачає розробку та проведення оцінки екологічної результативності підприємства.

Після вибору показників проводиться визначення питомої ваги для кожного показника та кожної групи показників з метою їх агрегації в загальний індекс. Для ранжування показників авторами даного підходу пропонується використовувати метод Delphi. Зважаючи на те, що показники мають різні одиниці виміру, підхід передбачає проведення їх нормалізації методом мінімуму-максимуму. Після цього визначається індекс сталого циркулярного розвитку за наступною формулою [9, с. 14]:

$$I_{(sust_circis)_j} = W_s \sum (W_{is} * NI_{is}), \quad (3)$$

де $I_{(sust_circis)_j}$ – індекс сталого розвитку j -ї компанії; значення індексу може бути в діапазоні від 0 до 1, причому чим вище значення індексу, тим більший рівень сталого розвитку компанії;

W_s – значення групи показників s ($s = 1$ – соціальні показники; $s = 2$ – економічні; $s = 3$ – екологічні; $s = 4$ – індекс циркулярності матеріалу); $\sum W_s = 1$;

W_{is} – значення показника i групи показників s ; $\sum W_{is} = 1$;

NI_{is} – значення нормалізованого показника i .

Індекс сталого циркулярного розвитку дає змогу визначити прогрес підприємств у досягненні сталого розвитку, а також детермінувати особливості імплементації принципів циркулярної економіки у бізнес-процеси. У той же час, оскільки для формування індексу сталого циркулярного розвитку використовується індекс циркулярності матеріалу (MCI), недоліки, властиві MCI, характерні і для вищевказаного показника.

У 2015 р. К. Рітер запропонував індекс ефективності кругової економіки (The Circular Economy Performance Index – CEPI), який є продуктивним інструментом для визначення прогресу щодо імплементації принципів циркулярності в бізнес-діяльності. Індекс складається з 25 ключових показників ефективності (Key Performance Indicator, KPI) циркулярної економіки, класифікованих за рівнем впливу: високий (червоний), середній (помаранчевий) та низький (зелений). Згідно з отриманими розрахунковими значеннями, аналізований об'єкт може бути віднесений в одну з п'яти категорій: “недотримання”, “дотримання”, “за межами відповідності”, “комплексна стратегія”, “мета/місія”. Це дозволяє оперативно виявити та ліквідувати недоліки в реалізації концепції циркулярної економіки [10, с. 75].

Слабкі сторони даного індексу в тому, що для його визначення проводиться опитування на рівні окремих підприємств, наслідком чого є суб'єктивність оцінювання. У науковій праці К. Рітер індекс позиціонується як універсальний, проте його складно застосувати для порівняння підприємств, які належать до різних галузей.

У зв'язку з цим у 2016 р. Л. Вербином було запропоновано індекс циркулярної економіки для сектору спо-

живчих товарів, розроблений на основі CEPI. У своєму дослідженні “Індекс економіки замкненого циклу для сектору споживчих товарів” Л. Вербик робить акцент не на одній галузі, а на цілому секторі економіки, який виробляє продукцію, призначену для задоволення попиту кінцевого споживача (їжа, напої, одяг, взуття, меблі, автомобілі, будівельні матеріали, побутова техніка та інші товари народного споживання) [11, с. 64]. Дослідник скоригував деякі KPI, що використовуються для визначення CEPI, зокрема, шляхом: об'єднання кількох KPI в один; зміни важливості окремих показників; удосконалення формулювання для однозначної інтерпретації.

Цей метод становить науковий інтерес, оскільки був апробований у практичній діяльності голландських компаній; ґрунтується на експертній оцінці керівників цих компаній та розробках дослідників в галузі сталого розвитку щодо важливості та необхідності включення тих чи інших показників до підсумкового індексу циркулярності. На наш погляд, основним недоліком є той факт, що аналогічно підходу визначення CEPI (The Circular Economy Performance Index), опитування керівників підприємств передбачає суб'єктивність підсумкового оцінювання.

Поряд із показником MCI у звіті “Ландшафтний аналіз кругової метрики” (“Circular Metrics Landscape Analysis”) 2018 р. Всесвітня ділова рада зі сталого розвитку (World Business Council For Sustainable Development) виділила три важливі інструменти для оцінки циркулярної економіки [12]:

1) оцінка життєвого циклу (The Life Cycle Assessment, LCA) – це метод оцінки впливу на навколишнє середовище, пов'язаного з усіма етапами життєвого циклу продукту – від видобутку сировини до утилізації; вважається непрямим інструментом, який використовують у замкнутій економіці, проте так званий “аналіз життєвого циклу” (або “екобаланс”) є важливим кількісним виміром соціально-економічного та екологічного ефектів;

2) інструментарій циркулярної економіки (The Circular Economy Toolkit, CET) – це метод оцінки, що детермінує потенційне удосконалення циклічності продуктів, тобто також пов'язаний з аналізом життєвого циклу. Метод розроблений у Кембриджському університеті; використовується у формі онлайн-тесту; містить у собі 33 запитання; представлений у вигляді веб-сторінки; передбачає якісну оцінку, структуровану за трьома категоріями (низький, середній, високий рівень циркулярності);

3) індикатор циркулярної економіки (The Circular Economy Indicator Prototype, CEIP) – оцінює продуктивність циклічної продукції. Розроблений на основі розрахункових функцій MS Office Excel із застосуванням анкети з бальною системою оцінювання, яка складається з п'ятнадцяти запитань, поділених на 5 етапів життєвого циклу, а саме: проектування або перепроектування; виробництво; комерціалізація; використання; спад. Представлений у вигляді електронної таблиці в Excel-файлі, дає релевантну кількісну оцінку [13, с. 291].

Бібліометричний аналіз наукової літератури продемонстрував, що оцінювання розвитку циркулярної економіки відбувається на трьох рівнях: мікро-, мезо- та макрорівнях. Показники макрорівня необхідні для



Рис. 1. Алгоритм оцінки циркулярного розвитку підприємства

Джерело: побудовано автором

проведення оцінки та моніторингу з метою вдосконалення стратегій циркулярного розвитку на державному рівні. Показники мікрорівня, як правило, охоплюють 3R-імперативи, при цьому не відображають різновекторність замкнутого циклу, недостатньо аналізують екологічність і безвідходність виробництва та споживання. При цьому не існує чіткого розмежування сукупності показників, у зв'язку з чим часто простежується їх повторне й паралельне використання.

Враховуючи сказане вище, надзвичайно важливою умовою для інтенсифікації переходу до моделі циркулярної економіки на мікрорівні є формування комплексного методичного інструменту оцінки її розвитку, необхідного для циркулярної трансформації бізнес-діяльності підприємств (рис. 1).

Запропонований алгоритм оцінки дає змогу визначити економіко-екологічну та соціальну рівновагу на засадах циркулярності, наслідком чого є: створення умов для збереження обмежених природних ресурсів; впровадження екологічно обґрунтованих технологій, які забезпечуватимуть збереження навколишнього природного середовища і сприятимуть підвищенню

продуктивності підприємства; збалансування інтересів споживачів і підприємства без шкоди для навколишнього природного середовища та здоров'я суспільства.

Висновки. Отже, враховуючи сказане вище, можна зробити висновок, що в умовах глобальної взаємозалежності пріоритетним завданням підприємств є досягнення сталого розвитку, який неможливий без переходу до раціональних моделей виробництва і споживання. Дієві бізнес-моделі ощадливого використання ресурсів пропонує концепція циркулярної економіки. Для моніторингу прогресу в сфері переходу до циркулярної економіки на мікрорівні необхідні індикатори, які дадуть змогу визначити рівень циркулярності підприємства та його вплив на соціально-економічні результати діяльності, окреслити вектори впровадження прогресивних і ощадливих екотехнологій.

Теоретичну наповненість циркулярної економіки на мікрорівні слід доповнити розробкою системи кількісно-якісних індикаторів, які відобразатимуть комплексну оцінку процесів досягнення та утримання високого рівня циркулярності. Це детермінує напрями подальших наукових розробок у цій сфері.

References:

1. The Sustainable Consumer – World Consumer Rights. Available at: <https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/the-sustainable-consumer-world-consumer-rights-day-2020-theme> (accessed 06 August 2023).
2. Sustainable Development Goals: 17 Goals to Transform our World. Available at: <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainabledevelopment-goals/> (accessed 06 August 2023).
3. CEO Guide to the Circular Economy. Available at: <https://www.wbcsd.org> (accessed 06 August 2023).
4. Heyes G., Sharmina M., Mendoza M. (2018) Developing and Implementing Circular Economy Business Models in Service-oriented Technology Companies. *Journal of Cleaner Production*, vol. 177, pp. 621–632. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.168>
5. Tura N., Hanski J., Ahola T. (2019) Unlocking Circular Business: A Framework of Barriers and Drivers. *Journal of Cleaner Production*, vol. 212, pp. 90–98. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.11.202>

6. Ellen MacArthur Foundation. Delivering the Circular Economy a Toolkit for Policymakers (2015) Ellen MacArthur Foundation: Cowes, UK. Available at: https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/EllenMacArthurFoundation_PolicymakerToolkit.pdf (accessed 08 August 2023).
7. Saidani M., Yannou B., Leroy Ya. (2019) A Taxonomy of Circular Economy Indicators. *Journal of Cleaner Production*, no. 207, pp. 542–559.
8. Circularity Indicators: An Approach to Measuring Circularity. Methodology (2019) Ellen MacArthur Foundation. Available at: <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/Circularity-Indicators-Methodology.pdf> (accessed 09 August 2023)/
9. Azevedo S.G. (2019) Proposal of a Sustainable Circular Index for Manufacturing Companies. *Resources*, pp. 8–21. Available at: <https://www.mdpi.com/2079-9276/6/4/63/htm> (accessed 09 August 2023).
10. Ruiters C. (2018) The Circular Economy Performance Index. VU University Amsterdam. Available at: <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/337188> (accessed 09 August 2023).
11. Verbeek, L.H. (2020) A Circular Economy Index for the Consumer Goods Sector. Available at: <http://dspace.library.uu.nl/handle/1874/337188> (accessed 10 August 2023).
12. Circular Metrics Landscape Analysis (2018) A joint report on the current landscape of circular metrics use and recommendations for a common measurement framework. Available at: https://docs.wbcsd.org/2018/06/Circular_MetricsLandscape_analysis.pdf (accessed 10 August 2023).
13. Griffiths P., Cayzer, S. (2017) Design of Indicators for Measuring Product Performance in the Circular Economy. *International Journal of Sustainable Engineering*. pp. 289–298. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/19397038.2017.1333543>

УДК 338.439

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-14>**Ситник Н.І.**

кандидат біологічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7670-8860>

Пермінова С.А.

кандидат педагогічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6443-8560>

Чупріна М.О.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3276-4473>

Sytnik Natalia, Perminova Svitlana, Chuprina Margarita

National Technical University of Ukraine
«Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

РОЗВИТОК ВІТЧИЗНЯНОЇ ЕКОСИСТЕМИ СТАРТАПІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

Стартапи є найбільш поширеною формою малого інноваційного підприємництва в міжнародному економічному просторі, динамічно збільшуючи свою частку у ВВП, на споживацьких ринках, в структурі зайнятості. Насьогодні найвагомішим фактором впливу на розвиток національної економіки і сектору стартапів зокрема є воєнна агресія рф проти України. Мета статті полягала у визначенні основних трендів у розвитку стартап підприємництва в умовах глобальних викликів сьогодення. У роботі досліджений стан екосистеми стартапів порівняно з довоєнним періодом, встановлені основні тренди її розвитку щодо обсягів фінансування, структури пріоритетних напрямів функціонування, географічного розташування стартапів, очікувань ініціаторів стартапів щодо перспектив діяльності у коротко-строковій перспективі. Визначена роль держави у розвитку екосистеми стартапів, та фактори, що обумовлюють специфіку розвитку вітчизняного сектору стартапів в умовах воєнної агресії рф.

Ключові слова: стартапи, екосистема стартапів, релокація стартапів, інвестування стартапів, IT індустрія.

DEVELOPMENT OF THE NATIONAL STARTUP ECOSYSTEM UNDER CONDITIONS OF TODAY'S GLOBAL CHALLENGES

Today, the most significant factor influencing the development of the national economy and the startup sector in particular is the military aggression of the rf against Ukraine. Since the beginning of the war, the domestic economy was under the influence of a number of negative political and socio-economic factors: military actions at the territory of Ukraine, the destruction of the country's economic potential, the threat to territorial integrity, large-scale migration processes, the growth of unemployment and inflation, devaluation of national currency, unfavorable investment climate etc. The analysis of military aggression impact on various sectors of the economy, in particular the startup sector, is gaining relevance for scholars and practitioners. In view of this, the purpose of the article was to determine the features of the current state of the startup ecosystem, as well as the main trends of its development under conditions of today's global challenges associated with the military aggression of the rf. The paper examines the state of the startup ecosystem compared to the pre-war period, establishes the main trends of its development regarding the amount of funding, the structure of priority areas of activity, the geographical location of startups, and the expectations of startup initiators regarding the prospects of functioning in the short term perspectives. The factors contributing to the preservation and further development of the startup industry, despite the military aggression of the rf, were analyzed. The current role of the state in the development of startup ecosystem and the factors determining the features of the development of the IT industry and the startup sector, in particular, were defined. In general, compared to other sectors of the economy, the IT industry and the startup sector, due to the specifics of the business, were less affected by military aggression than other sectors of the economy. Despite the difficulties of wartime, the national startup ecosystem of Ukraine continues to develop, remaining a source of information and technological innovations and, at the same time, adapting to new business conditions and new needs of the country's economy. A promising direction of research on this topic is the determination of the long-term effects of the russian military aggression on the development of the startup ecosystem.

Keywords: startups, startup ecosystem, startup relocation, startup investment, IT industry.

JEL classification: L20, L86, M11

Постановка проблеми. Протягом останніх десятиліть стартапи стали найбільш поширеною формою малого інноваційного підприємництва в міжнародному економічному просторі, динамічно збільшуючи свою частку у ВВП, на споживацьких ринках, у структурі зайнятості тощо.

В Україні передвоєнні роки відзначалися інтенсивним зростанням сектору стартап підприємництва і збільшенням загальної цінності української екосистеми стартапів. Починаючи з лютого 2022 р., найвагомішим фактором впливу на розвиток національної економіки і сектору стартапів зокрема стала агресія РФ проти України. Аналіз змін, яких зазнає вітчизняна екосистема стартапів під дією цього фактору на сучасному етапі свого розвитку, наведений у даній статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки проблемні питання, пов'язані зі зворотною функціонуванням й управлінням стартап проектами та розвитком вітчизняної індустрії стартапів досить часто ставали об'єктом дослідження науковців і фахівців-практиків. Відзначимо, зокрема, роботи Бояриної К.О. і Копішинської К.О. [1], Черепа А. і Морозової А. [2], Гук О.В. і Мохонько Г.А. [3]. Особливості становлення вітчизняної екосистеми стартап підприємництва, яка почала активно формуватися після 2010 р., висвітлені в роботах Ситник Н.І. [4], Кравченко М. і Газарян Є. [5], Бояриної К.О. [6]. Фактор воєнної агресії РФ, що вразив усі галузі національної економіки, змінив тренди розвитку сектору стартап підприємництва. Наразі в науковій літературі систематичний аналіз і оцінка впливу цього фактора на індустрію стартапів відсутні, що робить актуальним дане дослідження.

Мета статті полягала в тому, щоб дослідити вплив воєнної агресії РФ на стан вітчизняної екосистеми стартапів, визначивши основні тренди у розвитку стартап підприємництва в умовах глобальних викликів сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. У довоєнний період вітчизняна екосистема стартапів динамічно розвивалася, що сприяло розвитку національної економіки. Зростання кількості стартап проектів становило близько 20% на рік, хоча точні цифри встановити складно через відсутність офіційної реєстрації багатьох активних стартапів на ранніх стадіях життєвого циклу. За оцінками експертів, у 2019–2021 роках на ринок вийшло значно більше стартапів, ніж за попередні 2011–2018 роки. Наразі, за даними Міністерства цифрової трансформації в Україні налічується 1816 продуктових і 558 сервісних стартапів, що знаходяться в активному стані [7].

Довоєнний період характеризувався і зростанням загальної цінності української екосистеми стартапів. Свідченням цього є той факт, що з кожним роком збільшувалась кількість українських стартапів, що отримували значні міжнародні інвестиції та визнання. В екосистемі з'явилися перші єдинороги. Наразі за класифікацією платформи «Українські кластери» до групи активних єдинорогів належать 5 стартапів: GitLab, Grammarly, Genesis, People.ai та Firefly Aerospace. Майбутніми єдинорогами, які наближаються до капіталізації в 1 млрд дол, є 7 стартапів: Monobank, Preply, Restream, Reface, Rozetka, Letyshops та Ajax Systems. 5 стартапів з українським корінням, які стали єдино-

рогами за кордоном – це Affirm, Sila Nanotechnologies, BitFury, Revolut та PandaDoc [8].

Якщо розглядати структуру стартапів за сферами діяльності, то вона відповідає світовим тенденціям: левова частка українських стартапів, як і у всьому світі, відноситься до високотехнологічних галузей, включаючи інформаційні та нанотехнології, програмне забезпечення, виробництво електронного та комп'ютерного устаткування, електронну роздрібну торгівлю, охорону здоров'я та ін. Найбільш поширеною формою ведення бізнесу стартапами є товариство з обмеженою відповідальністю.

Географічно більшість стартапів знаходяться у містах мільйонниках. Більше половини з них розташовані або мають головний офіс у Києві. Іншими осередками концентрації стартапів є Львів, Харків, Одеса та Дніпро. Тяжіння стартапів саме до цих міст пояснюється їх високим науково-технічним й освітнім потенціалом, який підсилюється присутністю R&D центрів міжнародних ІТ компаній.

У довоєнний період в Україні мали свої R&D центри більш ніж 110 міжнародних компаній і стартапів. Серед них переважали компанії зі США (45%), ЄС та Ізраїлю. Присутність міжнародних ІТ компаній пришвидшувала формування вітчизняних ІТ кластерів, які інтенсивно розвивалися у більш ніж 20 містах України. Найбільша частина з них знаходилася в Києві, Львові, Харкові, Дніпрі та Одесі. Невипадково саме ці міста (з великою перевагою Києва, де сконцентровано більш ніж 40% розробників програмного забезпечення та більше 50% R&D центрів міжнародних компаній) значно просунулися у формуванні своїх стартап-екосистем [9].

Український сектор стартапів був одним з небагатьох секторів економіки, що демонстрував динамічне зростання протягом передвоєнного десятиліття [5]. Починаючи з 2010 р. обсяги інвестицій, залучених вітчизняними стартапами, зростали в середньому на 20–30% на рік. При цьому більша частина інвестиційних угод припадала на міжнародні фонди. Вітчизняними інвесторами стартапів виступали 17 активних венчурних фондів, 6 фондів прямих інвестицій, 1 корпоративний фонд (HP Tech Ventures) та 5 бізнес-інкубаторів [10]. У 2016 р. на український інвестиційний ринок вийшло декілька великих міжнародних гравців, в тому числі з Силіконової Долини, а в 2019 р. запровадив державний «Український фонд стартапів». Найбільш активними вітчизняними інвесторами в передвоєнні роки були U. Ventures, AVentures Capital, SMRK, TA Ventures, Adventures Lab, ICU Ventures, Digital Future та інші.

На першому етапі становлення української екосистеми стартапів роль координатора фактично виконувала UVCA – Українська асоціація венчурного капіталу та приватних інвестицій, створена за зразком Європейської асоціації венчурного і приватного капіталу. Асоціація представляє інтереси приватних інвесторів перед урядом, сприяє поліпшенню інвестиційного та бізнес-клімату України, допомагає налагоджувати контакти між стартапами та інвесторами, акумулює інформацію про гравців вітчизняного ринку стартапів. Зараз до складу UVCA входить понад 40 членів – лідерів міжнародного та українського інвестиційного ринку: Almaz Capital, AVentures Capital, Digital Future, Horizon

Capital, HP Tech Ventures, KM Core, Intel Capital, EBRD і т.д. [11]. Діяльність UVCA сприяла популяризації українських стартапів на міжнародній арені і залученню приватних інвестицій в період до 2019 р., коли участь держави у розбудові екосистеми стартапів була мінімальною.

Якщо в 2010 р. українські стартапи залучили лише 89 млн дол інвестицій, то в 2020 р. вони отримали 571 млн дол інвестицій, а в передвоєнний 2021 р. ця сума сягнула рекордних 832 млн дол [12]. У 2021 р. вітчизняний стартап Grammarly досяг капіталізації 13 млрд дол, міжнародне визнання і значні інвестиції отримали українські єдинороди Gitlab, Bitfury, People.ai та Ring. Розширився перелік потужних міжнародних компаній, які відкрили свої офіси в Україні. Серед них такі технологічні гіганти, як Amazon, Glovo, Revolut та Solarisbank [13].

Після початку воєнної агресії РФ проти України вітчизняна економіка опинилася під впливом низки негативних політичних та соціально-економічних факторів: воєнні дії на значній території України, руйнування економічного потенціалу країни, загроза територіальній цілісності, масштабні міграційні процеси, якими охоплена велика частина населення України, зростання безробіття та інфляції, девальвація національної валюти, несприятливий інвестиційний клімат. Ситуація ускладнюється несприятливими міжнародними трендами – гальмуванням темпів росту провідних економік світу, зменшенням венчурних інвестицій та очікуванням глобальної рецесії.

За оцінкою Міністерства економіки падіння ВВП за підсумком 2022 року склало 29,2% [14]. Через руйнування логістичних шляхів суттєво постраждали провідні експортні галузі (експорт металу та агропродукції). За підсумками 2022 року експорт товарів з України скоротився у грошовому еквіваленті на 35%, до 44,1 млрд дол США, за масою – на 38,4% до 99,8 млн т. ІТ-індустрія стала єдиною галуззю, в якій, попри війну, експорт товарів зріс [12].

За результатами 2022 року ІТ-індустрія забезпечила валютні надходження до української економіки в сумі 7,34 млрд дол, а обсяг експорту збільшився на 400 млн дол у порівнянні з довоєнним 2021 роком. На початок 2023 року сума сплачених ІТ-бізнесом податків та зборів до зведеного бюджету України становила 32,2 млрд грн, що на 4,4 млрд грн або на 16% більше за тогорічний показник. При цьому зросла кількість фізичних осіб підприємців платників податків за ІТ-КВЕД [14]. Згідно зі звітом IT Ukraine, уже під час війни 77% ІТ-компаній залучили нових клієнтів, 56% із них очікують на зростання на 5–30% цього року [13].

Частка ІТ в експорті товарів та послуг збільшилась з 8% торік до 13% у 2022 році. Наразі частка ІТ становить майже половину (45 %) всього експорту послуг, тоді як у 2021 р. цей показник сягав 37% [12].

ІТ-галузь стає драйвером експортних надходжень і, попри війну, продовжує розвиватись і навіть створювати нові робочі місця, таким чином підтримуючи економіку країни.

Більшість ІТ компаній стабільно виконують свої контракти. За даними опитування асоціації IT Ukraine, опублікованого наприкінці червня 2022 р., більше половини (52%) компаній зберегли 100% контрактів,

32% компаній – 90–99% контрактів. Лише 16% компаній втратили більше 10% своїх контрактів [15].

Збереженню бізнесу ІТ компаній та стартапів у воєнний час сприяли такі фактори:

- порівняно з підприємствами промисловості чи агросектору активи і майно ІТ компаній можуть бути відносно легко переміщені у безпечні регіони;

- на початок війни у багатьох компаній вже були офіси за кордоном, що полегшило релокацію за межі України;

- команди стартапів можуть працювати у дистанційному режимі, тим більше що за часи пандемії COVID вони вже накопили досвід організації такої роботи;

- більшість стартапів працюють у глобальному контексті – їх продукція орієнтована як на український, так і на міжнародний ринки, а тому обсяги замовлень суттєво не постраждали. З початком війни можливість працювати на іноземного споживача дозволяє стартапам продовжувати діяльність за тих складних умов, що склалися [16];

- з початком воєнної агресії РФ міжнародні партнери Європи запропонували українським стартапам програми підтримки. Наприклад, у Польщі працює програма Polish-Ukrainian Startup Bridge та урядова програма грантів для іноземних стартапів Poland Prize, у Нідерландах діють різноманітні профільні спільноти для допомоги стартапам з України, там також надають допомогу з отримання віз для стартаперів. Вже під час війни в Іспанії запустився фонд Demium Central Europe Talent Fund I FCRE, який інвестує в компанії із Центральної Європи, зокрема з України. У Греції працює програма Greek – Ukrainian StartUp Gateway, створена за ініціативи Грецької федерації підприємництва [17].

Відзначимо, що релокація стартапів за кордон є гарним рішенням у короткостроковій перспективі, однак, за умови продовження війни на тривалий термін, буде зростати ризик неповернення стартапів в Україну і фактичного відтоку інтелектуального капіталу, що, без сумніву, становить ризики як для післявоєнного відновлення країни, так і розвитку вітчизняної неоіндустріальної економіки. Такі побоювання цілком реалістичні, якщо врахувати, що і в довоєнний період стартапи прагнули відкривати свої підрозділи за кордоном – поближче до платоспроможних споживачів, потужних джерел інвестування та міжнародної експертизи.

Воєнна агресія РФ внесла корективи в обсяги інвестування у стартап проекти, а також змінила пріоритетні напрями інвестицій.

За оцінками видання Mind у 2022 р. обсяг інвестицій на вітчизняному ринку стартапів скоротився порівняно з попереднім роком. Загалом було зафіксовано 54 інвестиційні угоди. Розмір фінансування 16 з них не розголошується, тоді як в інші 38 стартапів вкладено понад 724,4 млн дол. Трійку лідерів з великим відривом очолив стартап Near Protocol, якому вдалося залучити 500 млн дол, на другому місці – Unstoppable Domains з 65 млн дол, на третьому – AirSlate (51,5 млн дол) [18].

Попри складнощі війни, всі великі ІТ компанії (1200+ осіб) і 64% компаній розміром 200–1200 осіб планують відкрити в Україні нові офіси.

Продовжують масштабування такі проєкти: український сервіс Liki24 (географічно поширювався та масштабувався в Європі), стартап i3 Engineering вийшов на ринок Литви, а українська продуктова компанія IT-Enterprise збільшила свою присутність у регіоні MENA [13].

Згідно з дослідженням Міністерства цифрової трансформації, проведеному спільно з венчурним фондом TA Ventures та Ukrainian Startup Fund, у найближчому майбутньому пріоритетними напрямками розвитку для стартапів будуть: кібербезпека, військові технології (Military Tech), енергетичний менеджмент, сталий розвиток, відновлювальна енергетика, цифрове здоров'я, соціальна сфера, працевлаштування тощо.

На думку Федорова М., міністра цифрової трансформації України, завдяки досвіду, який отримують українські ІТ фахівці в умовах ведення бойових дій, Україна вже зараз «стає трендсеттером військової індустрії для всього світу». Унікальні українські розробки, що одразу проходять перевірку на полі бою, виводять Україну на лідируючі позиції у сфері воєнних технологій [19]. Враховуючи нагальні пріоритети України, є підстави вважати, що розробка та імплементація інновацій у країні торкнеться, в першу чергу, оборонної галузі, воєнних технологій та логістичної інфраструктури.

З метою підвищення обороноздатності країни та післявоєнної відбудови український фонд стартапів разом із урядом започаткували спеціальну програму підтримки проєктів подвійного призначення. В рамках цієї програми надаються гранти у розмірі 35 тис дол для стартапів, що розробляють інновації в пріоритетних в умовах війни сферах – оборона, будівництво, кібербезпека, медицина, збереження психічного здоров'я та освіта [20].

Наразі ІТ компанії активно інвестують в нові розробки в сфері оборонної промисловості та кібербезпеки, хоча, за прогнозами експертів очікується зниження експорту ІТ галузі у 2023 р.

Масштабне дослідження стартапів, проведене Polish-Ukrainian Startup Bridge, Варшавської фондовою біржею та Українським фондом стартапів, дозволило визначити як воєнна агресія РФ змінила бізнес-діяльність, внутрішнє життя, настрої та очікування вітчизняних стартапів. Хоча отримані результати мають індикативний характер, оскільки дослідження не є репрезентативним, і говорити про наслідки воєнних дій до їх завершення зарано, разом з тим, отримані дані дають уявлення про поточну ситуацію на ринку стартапів [16]:

– серед опитаних 158 компаній 12% були вимушені закрити свій бізнес. Безпосередніми причинами закриття компаній називались: зниження продажів продукції та послуг на українському ринку, неможливість виїзду за межі країни у відрядження та втрата капіталу і коштів для підтримки фінансової ліквідності;

– 30% стартапів частково перемістили свої команди за межі України, 10% опитаних компаній переїхали в безпечніші місця в Україні, щоб продовжити свою діяльність. Більшість респондентів, майже 70%, працюють віддалено;

– 35% опитаних компаній скоротили чисельність персоналу, хоча скорочення торкнулися невеликої частки працюючих. 48% були змушені в тій чи іншій

мірі знизити рівень зарплат, найчастіше зменшення склало до 50%;

– майже всі респонденти відзначають однозначно негативний вплив війни на можливість ведення бізнесу. Більшість лідерів стартапів оцінюють свою поточну ситуацію як складну. Разом з тим, 25% респондентів вважають наслідки війни для їх бізнесу неоднозначними і бачать нові можливості через відкриття нових ринків співпраці для українських підприємців, отримання іноземної підтримки для продовження діяльності або переїзду до західних країн;

– не дивлячись на складну політичну та соціально-економічну ситуацію, 75% респондентів з оптимізмом дивляться у майбутнє і сподіваються на позитивні зміни. Проєкти, які здійснили часткову релокацію команди за кордон, мають більш оптимістичні очікування стосовно можливості продовжувати діяльність у короткостроковій перспективі, однак припускають, що в подальшому їм доведеться все більше концентруватися на виживанні шляхом згортання операційної діяльності, мінімізації витрат та скорочення персоналу.

Малицька О., засновниця та CEO ISE Corporate Accelerator, наводить 5 нових тенденцій, які, на її думку, стануть запорукою відновлення вітчизняної екосистеми стартапів і створять основу для її майбутнього успіху [16].

1) В Україні з'являються нові типи засновників стартапів – ветерани бойових дій. Як показує досвід Ізраїлю та США, ветерани мають більше шансів отримати інвестиції. Вони викликають більшу довіру венчурних інвесторів, оскільки частіше засновують надзвичайно успішні стартапи з проривним продуктом. Успішність ветеранських стартапів пов'язується з особливим типом лідерства, яке демонструють їхні засновники. В основу такого лідерства покладена дисциплінованість, організованість, стресостійкість, вимогливість до команди і висока відповідальність за результат.

2) Потреби війни і відновлення країни у післявоєнний період переформатовують існуючі ринки і створюють нові. Зараз пріоритету набувають розробки у галузі військових технологій, зберігання та виробництва енергії на основі альтернативних джерел, забезпечення надійності функціонування енергетичної інфраструктури, дронів, розмінування територій тощо. Нові стартапи в цих галузях потенційно отримують більше шансів на інвестування.

3) Війна примушує українські стартапи до швидшої інтеграції з провідними світовими венчурними екосистемами і налагодження мережі контактів з міжнародними партнерами, які будуть корисними навіть після війни. Це сприяє дифузії знань, підвищуючи компетентність українських стартаперів.

4) Жіноче лідерство стає все більш помітним. Оскільки чоловіки залучені до захисту України та служби в армії, жінки-засновниці та топ-менеджери відіграють все активнішу роль у веденні бізнесу. Жінки можуть представляти українську технологічну галузь за кордоном.

5) Зростання популярності України як нового геополітичного центру з часом може стимулювати зростання інвестицій, оскільки європейські та світові лідери, які підтримували Україну під час війни, з великою вірогідністю допоможуть в її відбудові у післявоєнний період.

Позитивним чинником у розвитку вітчизняної екосистеми стартапів є зростання ролі держави. У 2019 р. в Україні вперше запрацювала програма державного інвестування стартапів. До того стартапи могли розраховувати виключно на інвестування приватних венчурних фондів. За ініціативою Кабінету Міністрів був створений «Український фонд стартапів «USF» для надання фінансової підтримки перспективним інноваційним проектам на посівній та передпосівній стадіях. За два роки роботи фонд провів 37 пітч днів, під час яких свої проекти презентували 440 стартапів. На конкурсній основі було відібрано 250 стартапів, які отримали інвестування на загальну суму 6,3 млн дол [21].

У довоєнний час держава нарощувала обсяги державної закупівлі ІТ продукції. Це стало одним із позитивних чинників збільшення обсягів внутрішнього ІТ-ринку. За оцінками фахівців у 2018–2019 рр. обсяги державної закупівлі ІТ продукції склали 15,7–15,9 млрд грн [22].

Важливим рішенням на перспективу стало створення у 2019 р. Міністерства цифрової трансформації, яке сформуло і почало послідовно впроваджувати державну політику: у сферах діджиталізації, цифрової економіки та інновацій, електронного урядування та електронної демократії, розвитку інформаційного суспільства; цифрових навичок громадян, національних електронних інформаційних ресурсів та інтероперабельності, розвитку інфраструктури доступу до Інтернету та телекомунікацій, електронної комерції та бізнесу, надання електронних та адміністративних послуг; електронної ідентифікації та інвестицій в ІТ-індустрію [7].

У складних умовах сьогодення Мінцифри навіть посилює свою роль у розбудові стартап індустрії, взявши на себе функцію координатора взаємодії держави, ІТ бізнесу (стартапів) та інвесторів. За ініціативи Мінцифри в цьому напрямку вже здійснюється низка важливих проектів:

- спільно з Міністерством освіти і науки України та EU4DigitalUA започатковано проект з оновлення змісту, освітніх ресурсів і підходів до викладання інформатики в середніх школах;

- спільно з Binance та Lviv IT Cluster був розпочатий освітній проект IT Generation, мета якого – дати можливість талановитим українцям опанувати нову професію та розпочати кар'єру в ІТ. Передбачається, що завдяки IT Generation 60 тисяч українців зможуть безоплатно отримати якісну освіту в сфері ІТ. Це дозволить працевлаштувати велику групу українців і водночас вирішити кадрову проблему в ІТ [23];

- був створений новий майданчик для промоції українських ІТ-продуктів у YouTube під назвою «Кабінет Стартапів України»;

- запустився проект Дія.City, який створює унікальне середовище з максимально сприятливими правовим та податковим режимами для ІТ-бізнесу.

Проект Дія.City, запущений перед самим початком війни, обіцяє стати одним із найбільш вагомих проектів в контексті розбудови ІТ сектору, а отже і розвитку екосистеми стартапів.

Наразі у Дія.City налічується понад 370 резидентів, більшість з яких приєдналися до спільноти вже під час війни. Серед них підприємства оборонної сфери (Strata 22, Radionix та DroneUA), відомі міжнародні

компанії, а також українські стартапи, зокрема, Samsung, Reface, Revolut, Ajax Systems, EPAM Systems, Genesis, NiX Solution та інші. У компаніях-резидентах працюють понад 27 тисяч фахівців. Одна з основних переваг для них – гнучкі умови праці в межах GIG-контрактів, які передбачають роботу над проектом без зарахування у штат, збереження гнучкості фрілансу та наявність базових соціальних гарантій для працівників [24].

Війна внесла корективи у модель діяльності Дія.City, яка розроблялася ще у мирні часи, а саме:

- пріоритетного статусу набув розвиток military-tech проектів;

- були максимально спрощені умови резидентства для технологічних компаній;

- до проекту дозволено долучатися не тільки ІТ компаніям, але й компаніям, які працюють над розвитком технологій у військово-промисловому комплексі або забезпечують стабільну роботу фінансової системи та ІТ-галузі;

- ІТ-школи, що стали резидентами Дія.City, звільняються від сплати ПДВ.

Підтвердженням суспільної значущості проекту Дія.City стало його міжнародне визнання і престижна премія Emerging Europe Awards у номінації Modern and Future-Proof Policymaking, за «унікальний внесок у позиціонування України як потужного ІТ-хабу, а також за створення умов для розвитку компаній та залучення інвестицій» [24].

Висновки. Український сектор стартапів був одним з небагатьох секторів економіки, що демонстрував динамічне зростання протягом передвоєнного десятиліття.

Насьогодні, попри складнощі воєнного часу, національна стартап-екосистема України продовжує розвиватися, залишаючись джерелом інформаційно-технологічних інновацій і водночас адаптуючись до нових умов ведення бізнесу і нових потреб економіки України.

Порівняно з іншими галузями економіки ІТ індустрія і сектор стартап підприємництва, в силу специфіки бізнесу, менше постраждали від воєнної агресії. У 2022 р. ІТ галузь навіть збільшила обсяг експорту, надходження податків і зборів до бюджету, кількість робочих місць і залучених клієнтів.

З початком воєнних дій розвиток стартап підприємництва характеризувався такими тенденціями:

- релокація стартапів в межах країни та закордон або відкриття офісів за межами України;

- закриття стартапів, зменшення чисельності працюючих чи зарплат, хоча ці зміни торкнулися відносно невеликої частки стартапів;

- зміна демографічної структури засновників стартапів, а саме зростання ролі жінок і ветеранів у створенні стартапів;

- реформатування ринків і пріоритетних напрямів діяльності стартапів: пріоритетними стають кібербезпека, військові технології, енергетичний менеджмент, сталий розвиток, відновлювальна енергетика тощо;

- зростання ролі держави у розвитку екосистеми стартапів; мова йде, в першу чергу, про законодавчі ініціативи, що створюють сприятливе для ІТ галузі середовище діяльності, а також започаткування й адміністрування програм розвитку людського капіталу та стартап проектів;

– пришивдшення інтеграції з провідними світовими екосистемами і налагодження мережі контактів з міжнародними партнерами;

Перспективним напрямом дослідження за даною тематикою є визначення довгострокових ефектів впливу воєнної агресії РФ на розвиток екосистеми стартапів.

Підтримка розвитку ІТ сектору та стартапів з боку держави, залучення альтернативних джерел інвестування, посилення взаємодії з потенційними інвесторами та великими корпораціями, допомога міжнародній спільноті є запорукою того, що роль стартап підприємництва у процесах стабілізації і відновлення національної економіки у післявоєнний час буде зростати.

Список використаних джерел:

1. Бояринова К.О., Копішинська К.О. Півот як інструмент забезпечення успішності реалізації стартапу. *Ефективна економіка*. 2019. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6958>
2. Череп А., Морозова А. Проблемні питання розвитку стартапів в Україні. *Вісник Запорізького національного університету*. 2017. № 2(34). С. 75–81.
3. Гук О.В., Мохонько Г.А. Інвестування стартап проєктів в Україні та закордоном. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2020. № 17. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216385> (дата звернення: 25.02.2023).
4. Ситник Н.І. Екосистема стартапів як складова інноваційної екосистеми. *Бізнес Інформ*. 2017. № 8. С. 89–94.
5. Кравченко М., Газарян Є. Особливості формування екосистеми стартапів в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Вип. 5(22). С. 90–97.
6. Бояринова К. О. *Управління розвитком стартапів у вітчизняній екосистемі*. *Бізнес-навігатор*. 2020. № 3 (59). С. 75–80.
7. Міністерство та Комітет цифрової трансформації України: Офіційний сайт. URL: <https://thedigital.gov.ua/> (дата звернення: 17.05.2023).
8. Топ українські єдинороги. URL: <https://ucluster.org/shkola-startapiv/top-ukrainiski-edynorogy> (дата звернення: 17.05.2023).
9. Unit City: Tech Ecosystem Guide to Ukraine. URL: <https://tech-ukraine.com> (дата звернення: 17.03.2023).
10. UVCA Investors Book 2017: Who is Who on The Ukrainian Investment Market. URL: <https://www.slideshare.net/UVCA/uvca-investors-book-2017-who-is-who-on-ukrainian-investment-market> (accessed: 17.05.2023).
11. UVCA News (21 червня 2017 р.). URL: <http://uvca.eu/ua/news/the-number-of-deals-with-ukrainian-companies-has-risen> (дата звернення: 17.05.2023).
12. Українські стартапи у 2021 році залучили рекордні \$832 млн інвестицій. URL: <https://forbes.ua/news/ukrainiski-startapi-u-2021-rotsi-zaluchili-rekordni-832-mln-investitsiy-25042022-5633/> (дата звернення: 15.05.2023).
13. Вижити попри війну: як екосистема стартапів нарощує результативність. URL: <https://mind.ua/openmind/20245943-vizhiti-popri-vijnu-yak-ekosistema-startapiv-naroshchue-rezultativnist#>: (дата звернення: 17.05.2023).
14. Мінекономіки: ВВП за підсумком 2022 року впав на 29,2%. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b30e854d-b47d-4806-82ac-bb6daa87fa51&title=Minekonomiki> (дата звернення: 17.05.2023).
15. ІТ індустрія принесла економіці 7,34 млрд з експорту. URL: <https://ain.ua/2023/01/31/u-2022-it-industriya-prynesla-ekonomiczni-734-mlrd-z-eksportu/> (дата звернення: 17.05.2023).
16. Ukrainian Startup Ecosystem: Russian Aggression in Ukraine: How Do Ukrainian Startups Survive. Report. URL: pbridge.eu/wp-content/uploads/2022/12/PUSB-REPORT_Russian-aggression-in-Ukraine_How-do-Ukrainian-startups-survive.pdf (дата звернення: 17.05.2023).
17. Сорока О. США, Польща чи ОАЄ: де підняти гроші українському стартапу. URL: <https://forbes.ua/innovations/sshapolshcha-chi-oe-de-pidnyati-groshi-ukrainskomu-startapu-u-2022-rotsi-oglyad-naukrashchikh-umov-02122022-> (дата звернення: 17.05.2023).
18. *Топ-8 українських стартапів 2022-го: кому вдалося залучити найбільший обсяг інвестицій*. URL: <https://mind.ua/publications/20251229-top-8-ukrayinskih-startapiv-2022-go-komu-vdalosya-zaluchiti-najbilshij-obsyag-investicij> (дата звернення: 17.05.2023).
19. У які стартапи інвестуватимуть найбільше – Мінцифри. URL: <https://armyinform.com.ua/2022/11/29/u-yaki-ukrayinski-startapiv-investuvatymut-najbilshe-mincyfri/> (дата звернення: 17.05.2023).
20. Фінансування українських стартапів під час війни. URL: <https://ain.ua/2022/11/16/finansuvannya-ukrayinskyh-startapiv-pid-chas-vijny/> (дата звернення: 17.05.2023).
21. Стартап індустрія України потерпає від російської агресії. URL: <https://saveuastartups.com> (дата звернення: 17.04.2023).
22. Український фонд стартапів: Офіційний сайт. URL: <https://usf.com.ua/> (дата звернення: 17.02.2023).
23. Павлиш О. Мінцифра запускає освітній проєкт для навчання ІТ-спеціалістів. *Економічна правда*. 28 червня 2022 р. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/28/688639/> (дата звернення: 10.02.2023).
24. Федоров М. Від ідеї до перших 370 резидентів: як змінився простір Дія.City. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/19/692442> (дата звернення: 10.02.2023).

References:

1. Boyarynova K.O., Kopishynska K.O. (2019) Pivot yak instrument zabezpechennya uspishnosti realizaciyi startapu [Pivot as a Tool of Successful Startup Implementation]. *Efektivna ekonomika* (electronic journal), no. 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6958>
2. Cherep A., Morozova A. (2017) Problemni pytannia rozvytku startapiv v Ukraini [Problem Issues of Startups Development in Ukraine]. *Visnyk Zaporizkoho natsionalnoho universytetu*, no. 2(34), pp. 75–81.
3. Huk O.V., Mokhonko H.A. (2020) Investuvannya startap proektiv v Ukraini ta zakordonom [Startup Projects Investments in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk NTUU «KPI»* (electronic journal), no. 17. Available at: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/216385> (accessed 25.02.2023).
4. Sytnyk N.I. (2017) Ekosystema startapiv yak skladova innovatsiinoi ekosystemy [Startup Ecosystem as a Component of Innovation Ecosystem]. *Biznes Inform*, no. 8, pp. 89–94.
5. Kravchenko M., Hazarian Ye. (2019) Osoblyvosti formuvannya ekosystemy startapiv v Ukraini [Features of Startup Ecosystem Formation in Ukraine]. *Shkidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, vol. 5(22), pp. 90–97.

6. Boiarynova K. O. (2020) Upravlinnia rozvytkom startapiv u vitchyzniani ekosystemi [Management of Startups Development in National Ecosystem]. *Biznes-navihator*, no. 3 (59), pp. 75–80.
7. Ministerstvo ta Komitet tsyfrovoyi transformatsii Ukrainy: Ofitsiinyi sait [The Ministry and Committee for Digital Transformation in Ukraine. Official Website]. Available at: <https://thedigital.gov.ua/> (accessed 17.05.2023).
8. Top ukrainski yedynorohy [Top Ukrainian Unicorns]. Available at: <https://ucluster.org/shkola-startapiv/top-ukrainski-edynorogy> (accessed 17.05.2023).
9. Unit City: Tech Ecosystem Guide to Ukraine. Available at: <https://tech-ukraine.com> (accessed 17.03.2023).
10. UVCA Investors Book 2017: Who is Who on The Ukrainian Investment Market. Available at: <https://www.slideshare.net/UVCA/uvca-investors-book-2017-who-is-who-on-ukrainian-investment-market> (accessed 17.05.2023).
11. UVCA News (June 21, 2017). Available at: <http://uvca.eu/ua/news/the-number-of-deals-with-ukrainian-companies-has-risen> (accessed 17.05.2023).
12. Ukrainski startapy u 2021 rotsi zaluchyly rekordni investytsii [Ukrainian Startups Attracted Record \$832 mln Investments in 2021]. Available at: <https://forbes.ua/news/ukrainski-startapi-u-2021-rotsi-zaluchili-rekordni-832-mln-investitsiy-25042022-5633> (accessed 15.05.2023).
13. Vyzhyty popry viinu: yak ekosistema startapiv naroshchuie rezultatyvnist [Survive In spite of War: How Ukrainian Startup Ecosystem Enhances its Efficiency]. Available at: <https://mind.ua/openmind/20245943-vizhiti-popri-vijnu-yak-ekosistema-startapiv-naroshchue-rezilentnist#> (accessed 17.05.2023).
14. Minekonomiky: VVP za pidsumkom 2022 roku vpav na 29,2% [The Ministry of Economy: GDP Fell by 29.2% in 2022]. Available at: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=b30e854d-b47d-4806-82ac-bb6daa87fa51&title=Minekonomiky> (accessed 17.05.2023).
15. IT industriia prynesla ekonomitsi 7,34 mlrd z eksportu [IT Industry brought the Economy 7,34 bln from Export]. Available at: <https://ain.ua/2023/01/31/u-2022-it-industriya-prynesla-ekonomiczii-734-mlrd-z-eksportu/> (accessed 17.05.2023).
16. Ukrainian Startup Ecosystem: Russian Aggression in Ukraine: How Do Ukrainian Startups Survive. Report. (2022). Available at: pbridge.eu/wp-content/uploads/2022/12/PUSB-REPORT_Russian-aggression-in-Ukraine_How-do-Ukrainian-startups-survive.pdf (accessed 17.05.2023).
17. Soroka O. SShA, Polshcha chy OAE: de pidnyati hroshi ukrainskomu startapu [The USA, Poland or the UAE: Where to Raise Money for a Ukrainian Startup]. Available at: <https://forbes.ua/innovations/ssha-polshcha-chi-oe-de-pidnyati-groshi-ukrainskomu-startapu-u-2022-rotsi-oglyad-naykrashchikh-umov-02122022-> (accessed 17.05.2023).
18. Top-8 ukrainskykh startapiv 2022-ho: komu vdalosia zaluchyty naibilshyi obsiah investytsii [Top 8 Ukrainian Startups of 2022: Who Managed to Attract the Largest Amount of Investments]. Available at: <https://mind.ua/publications/20251229-top-8-ukrayinskih-startapiv-2022-go-komu-vdalosya-zaluchiti-najbilshij-obsyag-investicij> (accessed 17.05.2023).
19. U yaki startapy investuvatymut naibilshe – Mintsyfry [In Which Startups Will Invest the Most – The Ministry for Digital Transformation]. Available at: <https://armyinform.com.ua/2022/11/29/u-yaki-ukrayinski-startapy-investuvatymut-najbilshe-minczyfry> (accessed 17.05.2023).
20. Finansuvannia ukrainskykh startapiv pid chas viiny [Funding of Ukrainian Startups during the War]. Available at: <https://ain.ua/2022/11/16/finansuvannya-ukrayinskyh-startapiv-pid-chas-vijny/> (accessed 17.05.2023).
21. Startap industriia Ukrainy poterpaie vid rosiiskoi ahresii [The Startup Industry of Ukraine Suffers from Russian Aggression]. Available at: <https://saveuastartups.com> (accessed 17.04.2023).
22. Ukrainskyi fond startapiv: Ofitsiinyi sait [Ukrainian Startup Fund: Official site]. Available at: <https://usf.com.ua/> (accessed 17.02.2023).
23. Pavlysh O. (2022) Mintsyfra zapuskaie osvithnii proiekt dlia navchannia IT-spetsialnostei [The Ministry of Digitization is Launching an Educational Project for Teaching IT Specialties]. *Ekonomichna pravda*. 28 chervnia 2022 r. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/06/28/688639/> (accessed 10.02.2023).
24. Fedorov M. Vid idei do pershykh 370 rezydentiv: yak zminyvsia prostir Diia.City [Fedorov M. From the idea to the first 370 residents: How the Diia.City Space Changed]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/19/692442> (accessed 10.02.2023).

УДК 339.138

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-15>**Тарасова К.І.**кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9072-0591>**Сало Я.В.**кандидат економічних наук, старший викладач,
Одеський національний економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1066-783X>**Новак Г.В.**викладач,
Одеський національний економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9384-3204>**Tarasova Krystyna, Salo Yana, Novak Hanna**
Odesa National Economic University

ПАРТИЗАНСЬКИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ СПОСІБ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Суперництво в бізнес-середовищі продовжує набирати обертів – кожного дня на ринку з'являються сотні та навіть тисячі нових підприємств і компаній. Деякі з них націлені на поліпшення результативності своєї офлайн-діяльності, тоді як інші спеціалізуються на діяльності в мережі. В результаті придбати якісні товари за оптимальною ціною стає все складніше, а якщо врахувати присутність великих брендів із величезними бюджетами та можливостями, використання деяких каналів залучення покупців стає як мінімум неефективним. З огляду на велику кількість «рекламного шуму» господарюючі суб'єкти все частіше звертаються до методів партизанського маркетингу з метою привернення уваги якомога більшої кількості споживачів. Концепція партизанського маркетингу включає в себе набір різноманітних інноваційних рекламних інструментів, спрямованих на отримання великого ефекту з невеликим бюджетом. Зважаючи на те, що ці інструменти все частіше застосовуються практиками, наукової дискусії щодо цієї концепції майже не ведеться. Таким чином, дана робота описує еволюцію розвитку партизанського маркетингу як спроби привернути увагу реципієнтів за відносно низькі витрати за допомогою ефекту несподіванки. За допомогою рідкісних статистичних даних робиться спроба продемонструвати економічну ефективність застосування прийомів партизанського маркетингу в діяльності господарюючих суб'єктів, а також окреслюються напрямки подальших досліджень в даному напрямку.

Ключові слова: маркетинг, партизанський маркетинг, ефективність, вірусний маркетинг, поп-ап магазин.

GUERRILLA MARKETING AS AN EFFECTIVE WAY OF BUSINESS PROMOTION

Rivalry in the business environment continues to gain momentum – hundreds and even thousands of new enterprises and companies appear on the market every day. Some of them are aimed at improving the performance of their offline activities, while others specialize in online activities. As a result, it becomes increasingly difficult to purchase quality goods at the optimal price, and if you take into account the presence of big brands with huge budgets and capabilities, the use of some channels to attract buyers becomes at least ineffective. Given the large amount of "advertising noise", business entities increasingly turn to guerilla marketing methods in order to attract the attention of as many consumers as possible. The concept of guerilla marketing includes a set of various innovative advertising tools aimed at obtaining a large effect with a small budget. Given the fact that these tools are increasingly used by practitioners, there is almost no scientific discussion about this concept. Therefore, the purpose of this article is to study the effectiveness of the use of guerilla marketing methods by modern enterprises, as well as to follow current trends in this direction. To achieve the outlined goal, the authors used the fundamental provisions of economic theory, the theory of economic intermediation, and the modern concept of marketing. This work describes the evolution of guerilla marketing as an attempt to attract the attention of recipients for relatively low costs using the effect of surprise. "Guerrilla" marketing campaigns are activities that go beyond the generally accepted methods and means of advertising communications and product promotion. "Guerrilla" marketing is based on psychological influence on the consumer's subconscious. Specialists claim that our reticular activating system, which acts as a filter for our perception, can be reprogrammed, which is exactly what subliminal marketing does. The model of the interaction of perceptions, feelings, behavior, and thoughts is based on the assumption that thoughts affect all the remaining elements of the model, including, and behavior. With the help of rare statistical data, an attempt is made to demonstrate the economic effectiveness of the use of guerilla marketing techniques in the activities of business entities and directions for further research in this direction are also outlined.

Keywords: marketing, guerilla marketing, effectiveness, viral marketing, pop-up shop.

JEL classification: M31, M37

Постановка проблеми. Зі зростанням економіки інформаційний вплив на окремих індивідів стає інтенсивнішим і нав'язливішим. Цей процес, який розпочався ще на початку минулого століття, призводить до зниження ефективності традиційних маркетингових підходів. Постійний потік рекламних повідомлень, що надходять ззовні та часто не узгоджені із запитом потенційних клієнтів, перевантажує їх сприйняття товару. В умовах боротьби за увагу аудиторії стає все більш важливим використання нестандартних методів та тактик у маркетингу. Бюджети на рекламу великих світових компаній, таких як Coca-Cola, Nestle, Procter&Gamble, Kellogg's, Unilever, PepsiCo, Mars та інших, вимірюються сумами в мільярдах доларів. Однак те, що прийнятно для цих величезних корпорацій, не застосовується для малих і середніх бізнесів. Для останніх потрібен власний, спеціальний маркетинг, що ґрунтується на обмеженому бюджеті або навіть без нього. Маркетинг цього типу – нестандартний, креативний, з використанням особливих способів, при цьому малобюджетний – носить назву партизанського маркетингу або guerrilla маркетингу.

З кожним роком вартість традиційної реклами зростає, але водночас її ефективність стрімко зменшується. Звичайний житель великого міста загалом піддається непомітному впливу близько 3,0 тисяч рекламних повідомлень щодня [1]. У цьому середовищі стратегія партизанського маркетингу стає ключовим рішенням. Даний підхід спирається на простий принцип: якщо підприємство не має значних засобів для реклами, йому варто застосовувати незвичайні рекламні платформи та інноваційні ідеї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Засновником теорії партизанського маркетингу був Дж. К. Левінсон, який вперше використав термін «партизанський» говорячи про ефективну бюджетну стратегію МСП. Розвивали положення guerrilla marketing такі вчені як Ф. Котлер, П. Хенлі, І. Ансофф, С. Юверсан, О. Левітас, Т. Примарк, Т. Драпер, Д. Роденко. Серед вітчизняних вчених, що зараз займаються питаннями партизанського маркетингу в діяльності господарюючих суб'єктів варто виділити Є. Ромата, А. Сороку, Г. Бобрицьку, Т. Макарову, Н. Долину, Л. Олексенку, Н. Карпенко та багатьох інших. Вивчають питання партизанського маркетингу не тільки науковці, а й практики бізнесу, які втілюють ці ідеї у повсякденне життя споживачів. Однак, незважаючи на велику кількість публікацій з окресленої тематики, сьогодні залишаються відкритими питання сутності партизанського маркетингу, його основних рис і видів, ефективних напрямів використання та доцільності застосування підприємствами різних розмірів і форм. Все це зумовлює необхідність подальшого дослідження даної проблеми.

Метою статті є дослідження ефективності використання ідей партизанського маркетингу для сучасних підприємств, а також вивчення тенденцій і практик «партизанів» сьогодення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як було відмічено вище, термін «партизанський маркетинг» був введений до загального вжитку рекламістом Дж. К. Левінсоном у 1984 р., коли він опублікував книгу із такою назвою [2]. Його робота була спрямована на власників малого бізнесу та присвячена ефек-

тивним та економічним методам реклами. З тих пір термін став популярним і знайшов своє місце в словниках та підручниках з маркетингу. Термін «партизанський» був взятий із військової термінології, де він використовується для опису ведення війни малими загонами, які не мають важкого озброєння, з метою провести аналогію з МСП, у якого обмежений рекламний бюджет, а фірми не можуть собі дозволити дорогі вартісні методи просування.

Методологія, яку пропонував Дж. К. Левінсон, в основному полягала у використанні бюджетних рекламних засобів, таких як візитні картки, листівки, знаки, буклети та інші, замість витратних, як то реклама по телебаченню, у дорогих журналах тощо. Автор також надавав безліч прийомів та підходів, які підвищували ефективність цієї реклами та допомагали досягти максимальних результатів. Проте, з того часу guerrilla marketing трансформувалася.

Популярність партизанського маркетингу зростає на початку 2000-х рр., і згодом багато ідей було перероблено. Сучасні стратегії мають бути надзвичайно свіжими, щоб змагатися за увагу. Сьогодні цифровий маркетинг має вищу рентабельність інвестицій (ROI), оскільки він показує, де знаходяться споживачі – в Інтернеті. Зараз 78,0% українців користуються Інтернетом щодня, а за останнє десятиліття час, проведений в мережі, подвоївся до шести годин на день [3]. Сьогодні, у разі успішного виконання, кінцевою метою партизанського маркетингу є підвищення впізнаваності бренду на цифрових платформах.

Соціальні медіа, зокрема, є платформою для цифрового маркетингу, яка допускає застосування тактик «партизанщини». Якщо короткий відрізок захоплюючого контенту привертає увагу цільової аудиторії, він може поширитися вірусно за кілька хвилин, оскільки користувачі соціальних мереж вподобовують та репостять вміст на платформах, таких як Instagram, Facebook і Twitter. Ефективний контент партизанського маркетингу для соціальних медіа може мати форму захоплюючих відео та зображень, які спонтанно привертають увагу споживача. Також можна досягти успіху через розіграші подарунків та конкурсів, що водночас сприяють добрій справі.

Вірусний маркетинг використовує методи, які спонукають споживачів поширювати інформацію серед своєї оточуючої аудиторії. В сучасних умовах основним інструментом вірусного маркетингу став Інтернет. Цей метод передбачає створення зацікавлюючих контентів, таких як відеоролики, які користувачі бажають обговорювати один з одним, при цьому не сприймаючи їх як пряму рекламу. Наприклад, компанія Coors, пивоварна компанія, запустила в мережу відеоролик під назвою «П'яний серфінгіст», щоб підтримати продажі пива Coors Light.

Найбільш успішним прикладом, на нашу думку, виступає ALS Ice Bucket Challenge у 2014 р. Цей челендж став вірусним явищем у соціальних медіа та закликав людей виливати на себе відро з водою з метою привернути увагу до хвороби аміотрофічного склерозу. Суть випробування дуже проста: учасник має обливати себе відром з льодяною водою, перерахувати 10 дол. до благодійного фонду ALS Association (організація, що займається дослідженням зазначеної вище хвороби) і передавати естафету трьом іншим

людям. Якщо особа відмовляється від випробування, вона зобов'язана внести 100 дол. на користь фонду ALS. Безліч відомих особистостей прийняло участь у цьому випробуванні. Свідченням ефективності цієї кампанії є цифри: в серпні 2014 р. пожертвування до фонду ALS зросли до 100 млн дол., що становить збільшення на 3500,0% порівняно зі зборами за той же період у 2013 р. [4].

Дослідження стверджують, що конверсія банерної реклами сьогодні знаходиться в районі 0,5%, у то час, як у вірусного контенту – коливається від 7,0 до 26,0% [5].

Інша можливість полягає у використанні «підсадних качок». Наприклад, для реклами слабоалкогольного коктейлю можуть наймати людей, які прибувають до клубів на розкішних автомобілях, поводять себе як відвідувачі VIP-класу та замовляють рекламований коктейль. Схожі підходи використовувалися ще до терміну guerrilla marketing. Більше ста років тому Микола Шустов найняв групу студентів і наказав їм заходити до трактирів, де вони домагалися «шустовського коньяку». Не отримавши бажаного, студенти влаштували конфлікти та залишали заклад. Завдяки згадкам у газетах споживачі дізналися про новий вид коньяку, а бари стали його замовляти.

Зовнішній партизанський маркетинг – це акт розміщення чогось незвичайного у зовнішньому середовищі. Це, як правило, робиться в міських районах з великою кількістю пішохідного руху. Приклади зовнішнього партизанського маркетингу включають додавання чогось до статуї, розміщення великої копії, зазвичай, маленького об'єкта у парку або розміщення об'єктів на вулицях (наприклад, дивани ІКЕА на автобусних станціях в Австралії).

У світовій практиці існує безліч прикладів незвичайної зовнішньої реклами, яка завжди привертає увагу і викликає обговорення серед людей. Наприклад, в Каїрі для популяризації чаю Lipton Green Tea були створені великі кущі, що нагадують чашки чаю, на яких були розміщені картонні ярлики з логотипом чайного пакетика Lipton. В Колумбії, для реклами хлібців із цільного зерна Saltin Noel, пішохідні переходи були оформлені у вигляді стравоходу. Щоб привернути увагу до свого бренду, Mattel, виробник знаменитої ляльки Барбі, вирішив прикрасити автобусну зупинку, наповнивши її меблями в рожевих тонах.

Ми вважаємо, що одним із найкращих прикладів партизанського маркетингу в Україні, виступає кейс пабу Beer Point. Коли наша країна отримала безвізовий режим із Євросоюзом, представники пабу спочатку офіційно листом запросили всіх депутатів Європарламенту на безкоштовне пиво, а потім встановили навпроти Європарламенту кілька сітілайтів із запрошенням на пиво довічно. Більше того, у Києві бар запропонував всім, у кого залишилася вже непотрібна шенгенська віза, моральну компенсацію у вигляді келиха бельгійського пива. Охоплення було колосальним, вірусність зашкалювала і захоплення споживачів перевищило всі очікування; і відвідуваність, і прибутковість пабу суттєво зросли [6].

«Внутрішній» guerrilla marketing використовує закриті громадські простори для створення ажіотажу. Це можуть бути університетські містечка, вокзали чи музеї. У 2009 р. T-Mobile виступив спонсором

флешмобу на вокзалі Ліверпуль-стріт, який набрав понад 40 млн. переглядів на YouTube, став телевізійним рекламним роликом року на British Television Advertising Awards, що призвело до збільшення продажів на 52% [5].

Ембуш-маркетинг, також відомий як засадний маркетинг, – це стратегія реклами, коли підприємство прагне асоціювати себе з певною подією, навіть якщо вона не є офіційним спонсором цієї події. Ембуш-маркетинг дає можливість уникнути платежів за спонсорство, однак вони можуть використовувати емоційне навантаження, пов'язане з подією, для залучення уваги аудиторії. У 2014 р. компанія Coca-Cola стала офіційним спонсором Чемпіонату світу з футболу. У відповідь на це її головний конкурент, Pepsi, запустив рекламну кампанію під гаслом: «The Unofficial Sponsor of the 2014 World Cup».

У сучасний період, коли змагання за увагу можливих споживачів постійно підвищується, і суспільство все більше стикається з рекламною насиченістю, прихований маркетинг здобуває значно більшу популярність. Частково можна навіть стверджувати, що партизанський маркетинг отримав свою назву через те, що його вияви не завжди мають виразно рекламний характер, але при цьому, звісно ж, часто включають в себе подібний підтекст.

Один із аспектів прихованого партизанського маркетингу – це Product Placement. Цей метод полягає у включенні товару в натуральному контексті або умовно випадковій демонстрації продукту у текстовому або медіаформаті. Великі та відомі бренди зі значними рекламними бюджетами можуть дозволити собі використання цього виду партизанського маркетингу у популярних фільмах, серіалах, музичних кліпах, телевізійних шоу, а також у контенті блогерів із великою аудиторією [7].

У 2012 р. Sony Ericsson провела маркетингову ініціативу, в рамках якої 60 підготовлених акторів і актрис, розподілених на групи по 2–3 особи, рухалися по найбільш переповнених місцях Нью-Йорка та Сієтла. Розігруючи ролі туристів, ці актори пропонували перехожим сфотографувати їх за допомогою нового телефону Sony Ericsson та випадково згадували його переваги. В іншому сценарії цієї кампанії, проведеного в модних закладах мегаполісів, моделі та актриси, які були підготовлені до ефективного спілкування та вивчили характеристики рекламованого продукту, відвідували бари з метою популяризації телефону. У першому сценарії дівчина розпочинала розмову з відвідувачем, коли її телефон дзвонив, і на його екрані відображалася фотографія (демонстрація функцій товару). У другому випадку дівчата сиділи у різних кінцях закладу, граючи в морський бій на своїх телефонах під час спілкування одна з одною.

Одним із останніх трендів партизанського маркетингу сьогодні виступають так звані поп-ап магазини, також відомі як партизанські магазини. Це тимчасові торгові точки, які, зазвичай, відкриваються на період від одного дня до півроку у великих містах або торгових центрах на околицях, і після закінчення визначеного часу припиняють свою діяльність. Цей формат магазинів використовується компаніями для привертання уваги клієнтів до нових продуктів або брендів, диверсифікації бізнесу і стимулювання сезонних про-

дажів. Така непостійність і унікальність поп-ап магазинів спонукає людей звернути на них увагу і завітати.

На сьогодні багато міжнародних корпорацій включили концепцію поп-ап магазинів у свою маркетингову стратегію. Серед таких компаній – American Eagle, Walmart, Coca-Cola, Macy's, Gucci, Procter & Gamble, Ebay, Alibaba, Amazon, Microsoft, J.C. Penney, Lexus, Nike, Kenzo, Levi's, Calvin Klein та багато інших. Ці магазини також не обмежуються однією країною – багато фірм відкривають поп-ап магазини в різних містах та на різних континентах. Наприклад, Vacant, який вважається одним з піонерів в партизанському маркетингу, відкривав магазини на один місяць у Стокгольмі, Лос-Анджелесі, Барселоні, Лондоні, Сінгапурі та інших великих містах. Бренд Gucci також відкривав поп-ап магазини тривалістю від 2 до 3 тижнів у світових столицях високої моди, таких як Париж, Токіо, Берлін, Нью-Йорк, Лондон і Гонконг.

За інформацією від мережевого ресурсу PopUp Republic [8], глобальний оборот на ринку поп-ап магазинів оцінюється приблизно в 50 млрд дол. щорічно, в той час як всього у 2015 р. тому він складав лише 10 млрд дол. Ці дані дають підставу зробити висновок, що сфера проявляє стійкий ріст і демонструє вражаючу динаміку розвитку.

Дуже часто інтернет-компанії епохи цифрової трансформації традиційно використовують модель поп-ап магазинів, коли вони прагнуть перевірити можливість офлайн-продажів та взаємодії з клієнтами. Багато таких нових господарюючих суб'єктів обладнані виставковими або демонстраційними зонами, і вони вдосконалюють оригінальні методи продажу, щоб привернути відвідувачів. Наприклад, Vonobos використовує рухомий трейлер як поп-ап магазин, де клієнти можуть приміряти різні стилі одягу і отримати консультацію стиліста для підбору найкращого варіанту. Оформивши замовлення, вони можуть завершити його онлайн та вибрати доставку додому.

Відкриття поп-ап магазину може виявитись потужним інструментом маркетингу для підприємств, які прагнуть швидко зайняти нову ринкову нішу, знижуючи можливі ризики втрат. Згідно з даними Storefront [9], витрати на відкриття поп-ап магазину в середньому на 80,0% менше, ніж на звичайний магазин з фізичною присутністю.

Підсумовуючи відмітимо, що всі вище описані прийоми партизанського маркетингу є малозатратними, однак, як показує практика застосування, їх ефективність є досить високою.

Таким чином, характерними рисами цього guerrilla marketing виступають:

1. Неординарність підходу до демонстрації та представлення товарів, творчий підхід до реалізації стратегії.
2. Економія ресурсів або навіть їх повна відсутність.
3. Місцевий вплив на споживача, що виключає можливість наслідування іншими компаніями рекламної стратегії.
4. Використання психологічних методів та технік з метою спрямування споживача до прийняття рішення про покупку товару.
5. Принцип одноразовості – кожна методика застосовується лише один раз. Повторне використання оригінальних методів призводить до втрати їх унікальності та рідко сприяє позитивній реакції.

6. Відсутність «збільшення арсеналу». Мінімальні витрати компанії не включають в себе побіжний змагальний зміст між конкурентами, пов'язаний з кількістю роликів і оголошень, які вони випускають. Основний акцент робиться на унікальних, неординарних методиках, цілеспрямованому зверненні до можливого покупця та налагодженні корисної співпраці з конкуруючими фірмами.

7. Найсильніший вплив. Така реклама залишає надовго враження, оскільки вона містить елементи схованого психологічного впливу на покупця.

Також можна прослідкувати цікаву тенденцію сьогодні: хоча прийоми та методи партизанського маркетингу були розроблені для представників малого та середнього бізнесу, які бракують коштів на масштабні рекламні кампанії, «партизанами» зараз стають й великі корпорації. Останнім часом великі компанії все частіше вдаються до тактик партизанського маркетингу для просування своєї продукції. Ця тенденція обумовлена тим, що звичайна реклама у ЗМІ, зовнішня реклама та PR переживають складні часи. Рівень фільтрації серед потенційної аудиторії настільки високий, що суттєва інформація практично не досягає своїх слухачів. Крім того, рівень довіри до традиційних маркетингових інструментів є досить низьким.

Серед великих компаній, які вдаються до поєднання традиційних та партизанських методів маркетингу, можна виділити такі: IBM, Adidas, Microsoft, Volvo, American Express, McDonald's та багато інших. Україна поки що має обмежений досвід застосування партизанського маркетингу. Зазвичай, при розробці кампаній для просування продуктів за обмежених бюджетних умов, маркетологи та рекламисти несвідомо обирають підходи партизанського маркетингу.

Головними перевагами guerrilla marketing виступають його висока ефективність та гнучкість. Більшість фахівців зазначають: у середньому витрати підприємства на рекламу скорочуються на 80–90% під час використання прийомів «партизанів» [10, с. 98]. Господарюючий суб'єкт може розробляти інноваційні засоби просування товару або послуги за допомогою нестандартних стратегій партизанського маркетингу, а за кордоном навіть є окремі фахівці даної сфери.

В кінці 1980-х років рекламні агентства США та Західної Європи почали залучати спеціалістів з guerrilla маркетингу для розробки продуктів та стратегій реклами. Запит на цих творчих та обдарованих спеціалістів зростав, оскільки вони вміли привертати увагу перехожих та емоційно взаємодіяти з клієнтами. Скоротивши до одного слова, вуличне мистецтво відіграло значущу роль у становленні партизанського маркетингу. У середині 1990-х років поява Інтернет-технологій створила додаткові можливості для партизанського маркетингу для досягнення конкурентних позицій. Інтернет переніс партизанський маркетинг на новий рівень, випереджені висоти та полегшений двосторонній зв'язок. Починаючи з появи соціальних мереж наприкінці 1990-х років як побіжного продукту інтернет-революції (особливо після запуску SixDegrees.com як першої соціальної мережі), нові платформи, такі як Facebook чи YouTube, розглядалися як нові реалізаційні майданчики для партизанських досліджень, де мистецький талант використовувався як ефективний інструмент маркетингу.

Висновки. Ефективність стандартної реклами знижується при одночасному зростанні вартості. Світ наближається до важливого моменту, коли споживачі можуть просто перестати приділяти увагу рекламній інформації. Вони більше не обмежуються простою покупкою товарів для задоволення базових потреб; вони мають бажання придбавати продукти, які сприяють їхньому особистому комфорту та покращенню поточного становища. Тому основна мета партизанського маркетингу полягає в тому, щоб виділитися та залишатися в пам'яті цільової аудиторії завдяки нестандартному способу подачі інформації та спрямованості на конкретну нішу в бізнесі. Партизанські маркетологи повинні активно взаємодіяти з ринком, розгадувати побажання покупців, навіть якщо вони ще не усвідомлені або не виражені, щоб встигнути заслужити їх довіру та запропонувати цікаві та вигідні рішення.

Партизанський маркетинг може стати дуже цінним інструментом для компаній, зокрема для малих та середніх підприємств, проте ними не обмежується. Великі корпорації все частіше використовують методи

guerrilla. Їх розумне використання сприяє оптимізації взаємодії з клієнтами, підвищенню результативності підприємницьких інвестицій та активізації економічної діяльності на підприємстві. Це в свою чергу відкриває можливості для збільшення обсягу продажів та здобуття більш високого рівня прибутку.

Підхід до партизанського маркетингу передбачає вкладання переважно часу, креативності та енергії, а не великого бюджету. Основною основою будь-якої партизанської акції є витончена ідея. Копіювання цікавих ходів рідко буває ефективним, оскільки такі ідеї зазвичай «вибухають» один раз. Тому саме у цьому полягає сила партизанського маркетингу: в безмежних можливостях для розвитку бізнесу за мінімальних фінансових витрат та оптимальному результаті.

У той же час, як показало проведене дослідження, емпірична інформація стосовно ефективності використання методів guerrilla існує в обмеженій кількості. Хоча психологічна ефективність від здійснення кампаній «партизанами» є безперечною, саме економічних даних часто бракує, що окреслює тематику подальших досліджень у даному напрямку.

Список використаних джерел:

1. Скільки реклами ми бачимо щодня? Морські новини. URL: <https://www.seafarersjournal.com/sociaty/skolko-reklamy-my-vidim-v-den/> (дата звернення: 11.08.2023).
2. Levinson, J.C. *Guerrilla marketing: secrets for making big profits from your small business*. Boston, Houghton Mifflin. 1984. 224 p.
3. Близько 78% українців щодня користуються інтернетом щодня. Опитування УКРІНФОРМ. Мультимедійна платформа іномовлення України. Серпень 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3497671-blizko-78-ukrainciv-sodna-koristuutsa-internetom.html> (дата звернення: 11.08.2023).
4. 7 Successful Guerrilla Marketing Examples to Learn From. URL: <https://rockcontent.com/blog/guerrilla-marketing-examples/> (дата звернення: 11.08.2023).
5. What Is Guerrilla Marketing? 4 Types and Examples to Delight Consumers. URL: <https://www.coursera.org/articles/guerrilla-marketing> (дата звернення: 11.08.2023).
6. «Незаконний» маркетинг у законі: як залучити ЦА кмітливостю, а не грошима. URL: https://mmr.ua/ru/show/partizanskiy_marketing#1305435842.1520844143 (дата звернення: 11.08.2023).
7. Бобрицька Н.Д. Партизанський маркетинг на сучасному ринку. *Економіка та управління*. 2011. С. 119–128.
8. PopUp Republic. Online source. URL: <https://www.facebook.com/wearepopuprepublic/> (дата звернення: 11.08.2023).
9. Storefront. How to Open a Successful Pop-Up Shop in London's Fast-Fashion Neighborhoods. URL: <https://www.thestorefront.com/mag/how-to-open-a-successful-pop-up-shop-in-londons-fast-fashion-neighborhoods/> (дата звернення: 11.08.2023).
10. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств споживчої кооперації: монографія. Полтава: ПВВ ПУЕТ, 2010. 259 с.
11. Soomro, Dr. Yasir & Baeshen, Yasser & Alfارشouty, Fozan & Kaimkhani, Sana & Bhutto, Muhammad. The Impact of Guerrilla Marketing on Brand Image: Evidence from Millennial Consumers in Pakistan. *Journal of Asian Finance Economics and Business*. 2021. № 8. P. 917–928. DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0917>

References:

1. Skilky reklamy my bachymo shchodnia? Morski novyny. Available at: <https://www.seafarersjournal.com/sociaty/skolko-reklamy-my-vidim-v-den/> (accessed 21 August 2023).
2. Levinson, J.C. (1984). *Guerrilla marketing: secrets for making big profits from your small business*. Boston, Houghton Mifflin. 224 p.
3. Blyzko 78% ukraintsv shchodnia korystuiutsia internetom shchodnia. Opytuvannia UKRINFORM. Multymediina platforma inomovlennia Ukrainy. Serpen 2023. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3497671-blizko-78-ukrainciv-sodna-koristuutsa-internetom.html> (accessed 21 August 2023).
4. 7 Successful Guerrilla Marketing Examples to Learn From. Available at: <https://rockcontent.com/blog/guerrilla-marketing-examples/> (accessed 21 August 2023).
5. What Is Guerrilla Marketing? 4 Types and Examples to Delight Consumers. Available at: <https://www.coursera.org/articles/guerrilla-marketing> (accessed 21 August 2023).
6. «Nezakonnyi» marketynh u zakoni: yak zaluchyty TsA kmitlyvisti, a ne hroshyma. Available at: https://mmr.ua/ru/show/partizanskiy_marketing#1305435842.1520844143 (accessed 21 August 2023).
7. Bobrytska N.D. (2011) Partyzanskiy marketynh na suchasnomu rynku. *Ekonomika ta upravlinnia*. P. 119–128.
8. PopUp Republic. Online source. Available at: <https://www.facebook.com/wearepopuprepublic/> (accessed 21 August 2023).
9. Storefront. How to Open a Successful Pop-Up Shop in London's Fast-Fashion Neighborhoods. Available at: <https://www.thestorefront.com/mag/how-to-open-a-successful-pop-up-shop-in-londons-fast-fashion-neighborhoods/> (accessed 21 August 2023).
10. Karpenko N.V. (2010) Marketynhova diialnist pidpriemstv spozhyvchoi kooperatsii: Monohrafiia. Poltava: RVV PUET. 259 p.
11. Soomro, Dr. Yasir & Baeshen, Yasser & Alfارشouty, Fozan & Kaimkhani, Sana & Bhutto, Muhammad (2021). The Impact of Guerrilla Marketing on Brand Image: Evidence from Millennial Consumers in Pakistan. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 8, 917–928. DOI: <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol.8.no4.0917>

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 658.8:[005.52:005.334

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-16>**Бабух І.Б.**кандидат економічних наук, доцент,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8274-5716>**Фень К.С.**кандидат економічних наук, асистент,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9788-7960>**Babukh Iona, Fen Kateryna**

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

ВІОКРЕМЛЕННЯ РИЗИКІВ У МАРКЕТИНГОВОМУ АНАЛІЗІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті аналізуються ризики в маркетинговій діяльності підприємства. Здійснення такої діяльності в умовах значної невизначеності ринкового середовища супроводжуються ризиками, діагностувати які, мінімізувати їх негативні наслідки і є завданням маркетингової служби підприємства. Аналіз ризиків в маркетинговій діяльності вимагає системної маркетингової інформації, яку маркетологи виокремлюють серед різноманітних джерел. Теорія і практика маркетингу виробили свою класифікацію маркетингових ризиків, яка існує по різних критеріях, і в маркетинговому аналізі ця класифікація допомагає фахівцям визначати різновиди ризиків, їх кількість, динаміку настання тощо. Найбільш важливим є аналіз джерел та чинників маркетингових ризиків, тобто тих причин або рушійних сил, які породжують ризики. Вітчизняний ринок з його специфічними характеристиками створює для українських підприємств цілу систему маркетингових ризиків, звідси їх сучасний аналіз та розробка на його основі комплексу спеціальних заходів будуть дозволяти підприємствам української економіки розвивати їх та зміцнювати свої ринкові позиції.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетинговий аналіз, невизначеність, маркетинговий ризик, класифікація маркетингових ризиків, джерела ризиків, чинники ризиків, управління маркетинговими ризиками.

IDENTIFICATION OF RISKS IN THE MARKETING ANALYSIS OF AN ENTERPRISE

The article examines the risks associated with marketing activities in enterprises. Implementing such activities amidst significant market uncertainty comes with risks, and the marketing service of an enterprise must diagnose and minimize their negative consequences. Risk analysis in marketing activities necessitates systematic marketing information, which marketers identify from various sources. Marketing risk analysis involves a specific sequence of actions wherein marketing specialists, understanding the company's specifics, identify marketing risks, their types, sources, and the factors that influence them, as well as the losses they may cause. Marketing theory and practice have developed a classification of marketing risks based on various criteria. This classification assists specialists in determining risk types, their numbers, and occurrence dynamics. Of utmost importance is analyzing the sources and factors of marketing risks - the causes or driving forces that generate risks. Moreover, analyzing losses from marketing risks is crucial, including determining the amount of losses by type and source of risks, and identifying sources of compensation, particularly those covered by insurance companies. The final stage of marketing risk analysis involves assessing the effectiveness of measures taken to overcome the consequences of these risks. Typically, marketing analysis includes an analytical report on marketing risks, grouping risk countermeasures by type, enabling the company's management to implement an effective policy. In modern conditions, each company develops its risk management system in marketing, based on risk analysis, with certain approaches fully and consistently disclosed in the international risk management standard ISO 31000:2009. The domestic market, with its specific characteristics, creates a comprehensive system of marketing risks for Ukrainian enterprises. Consequently, conducting a modern analysis and devising a set of special measures based on it will enable Ukrainian companies to develop and strengthen their market positions.

Keywords: marketing activity, marketing analysis, uncertainty, marketing risk, classification of marketing risks, sources of risks, risk factors, management of marketing risks.

JEL classification: D81, M31

Постановка проблеми. Ризики та невизначеність, як фундаментальні характеристики ринкової економіки, постійно супроводжують діяльність будь-якого економічного суб'єкта. Здійснення маркетингової діяльності ринкових суб'єктів також відбувається в умовах значної невизначеності маркетингового середовища, особливо зовнішнього, до якого відносяться

клієнти, постачальники, конкуренти, посередники та інші. Безумовно, будь-яке підприємство не спроможне прогнозувати та повністю передбачати поведінку цих суб'єктів ризикових відносин та й внутрішньому маркетинговому середовищу також притаманні значні елементи невизначеності. Саме тому підприємства не повинні уникати ризику, а вміти правильно оцінювати

його ступінь та безпосередньо управляти ним з метою обмеження його впливу на маркетингову діяльність. У зв'язку з цим так важливо вивчати всі ризикові аспекти господарської (а в її рамках – маркетингової) діяльності, віднаходити ефективні методи оцінки контролю та моніторингу маркетингових ризиків, розбудовувати відповідні системи управління ними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку економічної ризикології, виявлення природи та сутності ризиків, управління ними широко відображені у багатьох працях відомих вітчизняних та зарубіжних вчених таких як Балабанової Л., Вітлінського В., Ілляшенка С., Клементса С., Кравченка В., Мажинського Р., Павленка А., Старостіної А., Альт Шулера І. та ін. Віддаючи належне їхнім напрацюванням, зауважимо, що в спеціальній літературі існують різні погляди на сутність поняття «маркетинговий ризик», на ознаки їх класифікації, методи управління ними тощо. Саме тому існує необхідність продовжувати дослідження в рамках даної тематики, вдосконалювати класифікацію маркетингових ризиків, методи оцінки та управління ними.

Метою статті є з'ясування сутності маркетингового ризику, його виокремлення в рамках маркетингового аналізу, здійснення детальної класифікації маркетингових ризиків та їх оцінювання й управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як правило, повнота маркетингової інформації для підприємства по всім чинникам невизначеності є різною, а тому ймовірно прийняття будь-яких варіантів вирішення маркетингових проблем, тобто, по суті, маркетингова діяльність будь-якої компанії в сучасних умовах невизначеності завжди супроводжується ризиками, діагностувати які, мінімізувати їх негативні наслідки і є завданням як маркетингової служби підприємства, так і його менеджменту в цілому.

Будь-який ризик означає ймовірність виникнення певної ситуації в ринковому функціонуванні підприємства, а маркетинговий ризик підкреслює що така ймовірність може виникнути саме в маркетинговому середовищі підприємства. Ризики, як відомо, можуть призводити як до негативних, так і до позитивних результатів. В ринкових умовах маркетингові ризики є абсолютно об'єктивним явищем, вони неминучі, а тому менеджмент підприємства зобов'язаний завжди враховувати їх, навчитися аналізувати та попереджати, а також вміло використовувати їх наслідки [3]. Звідси так важливо в комплексі маркетингу підприємства, в рамках маркетингового аналізу здійснювати на постійній основі аналіз ризиків, які супроводжують власне маркетингову діяльність фірми.

В теорії маркетингу існують різні підходи до трактування поняття «маркетинговий ризик», який є наслідком різного тлумачення природи цього ризику. Правильне розуміння природи дозволяє менеджменту підприємства обирати найбільш ефективні заходи щодо його управління. Безумовно, маркетинговий ризик має як об'єктивну, так і суб'єктивну природу. Об'єктивність полягає в тому, що вони (ризики) з'являються внаслідок постійних змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах підприємства, а зв'язки між цими середовищами і формують об'єктивні економічні процеси підприємства. Суб'єктивна природа означає, що ризики виникають у тому числі внаслідок

особливостей власної діяльності економічного суб'єкта, внаслідок вибору та прийняття рішення останнім в умовах невизначеності [2].

Повне й ефективне проведення аналізу ризиків у маркетинговій діяльності потребує комплексної та системної маркетингової інформації, яка б всебічно характеризувала ринкову позицію підприємства та його проблеми у взаємовідносинах зі споживачами, посередниками, конкурентами та іншими суб'єктами ринкових комунікацій підприємства. Серед таких джерел відповідної інформації дослідники часто виокремлюють річні звіти підприємств, контракти, у т.ч. міжнародні, акти, протоколи або інші документи, в яких фіксуються ситуації настання ризиків, договори зі страховими компаніями, навіть окремі плани з ризиків, які, як правило, виступають складовою частиною прийнятих бізнес-планів компанії.

При здійсненні маркетингового аналізу ризиків фахівці-маркетологи з'ясовують, що в діяльності компанії відбувалося в попередні роки саме пов'язане з ризиком, які його різновиди були притаманні компанії в минулому, або існують тепер. Усвідомлення специфіки ризику підказує маркетологу, які ж джерела цих ризиків, чинники які їх формують, втрати, понесені внаслідок їх дії та, безумовно, яким буде визначення комплексу заходів антиризикованої спрямованості. Зрозуміло, що специфіка компанії по всім показникам (характеристикам) її діяльності визначає і специфіку ризику, який несе ця компанія в маркетинговій діяльності. Проте теорія і практика маркетингу виробила свою класифікацію маркетингових ризиків, які допомагають аналітику при реалізації цієї частини маркетингового аналізу.

Якщо здійснювати таку класифікацію по критерію складових комплексу маркетингу, то виокремлюються ціновий, збутовий, комунікаційний ризики, ризики пов'язані з формуванням та реалізацією товарної політики. По критерію втрат від наявних ризиків розрізняють допустимий, критичний та катастрофічний ризики, де катастрофічний, наприклад, це ризик, коли втрати вже перевищують розміри виручки підприємства і можуть сягати вартості його майна. Виокремлюють також групу валютних ризиків пов'язаних як із стабільністю грошової одиниці, так і з її вибором в комерційних операціях. За часом, в якому ризик був присутній, виокремлюють оперативний, поточний та перспективний ризики, за впливом кінцевих результатів – негативний та позитивний, ризик експорту чи імпорту (внутрішній чи зовнішній) та інші.

Маркетологи вважають, і з цим варто погодитися, що аналіз маркетингових ризиків підприємства полягає в отриманні необхідних даних, щоб прийняти певне управлінське рішення по тому чи іншому елементу комплексу маркетингу, і такі рішення повинні захищати від можливих фінансових та інших втрат. Саме тому аналіз ризиків має, в першу чергу, передбачати розуміння природи появи цих ризиків, їх рівень, джерела та чинники, адже саме це продукує базу для оцінювання ризиків та прийняття управлінських рішень, особливо тих, які спрямовані на мінімізацію негативних результатів ризиків. Окремі фахівці-маркетологи навіть пропонують в методологічному сенсі розпочинати аналіз маркетингових ризиків зі з'ясування сутності та викладу змісту кожної окремої маркетингової операції. А для цього такі операції поділяють на етапи або технологічні кроки, щоб

визначити ті економічні показники та чинники, які впливають на ці операції, на їх причинно-наслідковий зв'язок. На основі цього визначають можливі причини відхилення цих показників від нормативних чи запланованих, бо саме такі відхилення породжують маркетингові ризики підприємства [4].

На наш погляд, у маркетинговому аналізі щодо ризиків аналітика насамперед встановлює різновиди ризику, кількість ризиків по їх різновидам, частки окремих ризиків в межах їх певної кількості, динаміку настання ризиків та міру відповідності різновидів ризиків в майбутньому періоді у порівнянні з прогностичними параметрами. Інколи в маркетинговому аналізі ризиків з'ясування їх різновидів викликає певні труднощі, вимагає додаткових зусиль з боку аналітиків. Серед маркетологів-практиків домінує думка що це, в першу чергу, ризики вибору валюти по цінам експортно-імпортних контрактів, і в цьому випадку існують свої спеціальні методики по визначенню валюти ціни контракту, коли в результаті аналізу тенденцій на валютних ринках виявляються умовно «слабкі» чи «сильні» валюти, і визначається по різним контрактам певна черговість використання таких валют в експортних чи імпортних угодах.

Надзвичайно важливим є аналіз джерел та чинників маркетингового ризику. Чинниками такого ризику виступають ті рушійні сили або певні причини, які і породжують таку ризиковану ситуацію. А джерелом ризику по визначенню є конкретні елементи тих чинників, які можуть привести до втрат підприємства [1]. В процесі здійснення аналізу чинників та джерел маркетингових ризиків порівнюють їхні характеристики з тими, які були зафіксовані (передбачені) в бізнес-плані та, що найсуттєвіше, в такому аналізі здійснюється об'єднання, зв'язування в єдиний ланцюжок різновиду чинників та джерел певного ризику.

Наприклад, при маркетинговому аналізі ризику підприємства розглядають ризик товарної політики, аналітик досліджує ринкове середовище підприємства в якому воно функціонує, всі чинники такого ризику, а серед джерел цього ризику виокремлюють прорахунки фахівців у плануванні і введенні нового товару на ринок чи несвочасному виведенні певного товару з ринку. Визначення такого ланцюжку маркетингових зв'язків по ризику в більшій мірі конкретизує саме процес управління такими ризиками, адже покращує та підвищує обґрунтованість формування комплексу заходів по нейтралізації наслідків ризику.

У маркетинговому аналізі ризиків підприємства, як правило, саме життя та необхідність ефективної боротьби з конкурентами, завжди вимагають аналізу втрат від маркетингового ризику, а точніше, співставлення втрат і додаткових результатів від тих чи інших заходів пов'язаних з цими ризиками. У цьому сенсі найбільш важливим є встановлення величини втрат по різновидах і джерелах ризиків, причому важливий найбільш точний прогноз по сумі цих втрат. Така точність досягається шляхом порівняння даних у звітному періоді із зафіксованими у маркетинговому плані. І такий аналіз має здійснюватися на основі різноманітних документів, як-то актів, протоколів тощо.

Треба також пам'ятати, що в реальній маркетинговій практиці окремі визначені чи спрогнозовані втрати часто не мають документального підтвердження, а тому, по суті, не фіксуються. Це, насамперед, сто-

сується втрат від валютних ризиків в маркетинговій діяльності, які подаються в текстах аналітичних документів, але аж ніяк не можуть бути чітко та однозначно обраховані. В цілому необхідно підкреслити, що по валютними ризикам вкрай важлива координація маркетингового відділу підприємства з фахівцями його фінансової служби, оскільки такого роду ризики є спільною проблемою маркетологів і фінансистів, адже стосуються в т.ч. і аналітиків фінансових ринків.

Аналітик-маркетолог підприємства, як правило, повинен також визначати джерела компенсації втрат від маркетингових ризиків, аж до включення таких втрат до фактичної собівартості продукції, або навіть покриття таких втрат за рахунок прибутку підприємства чи, навіть, відшкодування наслідків ризику тими особами, які своїми діями і спричинили ці втрати. Членство України в СОТ та вимоги по її інтеграції в ЄС потребують від українських підприємств застосування відомих у світі механізмів та інструментів оцінки ризиків по товарам і послугам.

Світовий досвід свідчить, що саме таким ефективним механізмом прогнозування, оцінювання та моніторингу ризиків в умовах ринкової невизначеності і є розробка та втілення в життя на підприємствах систем управління побудованих за умовами міжнародного стандарту ISO 31000. Застосування цих стандартів, по-перше, дозволить враховувати швидкоплинні зміни ринкового середовища підприємства, а по-друге своєчасно розробляти необхідні організаційно-технічні заходи по зменшенню впливу маркетингових ризиків в рамках товарної політики підприємства [5].

В маркетинговому аналізі ризиків надзвичайно важливим є також аналіз тих втрат, які покриваються страховими компаніями по лінії страхування маркетингових ризиків. Маркетолог у цьому випадку зобов'язаний дати комплексну оцінку основним параметрам у цій сфері за певний (зазвичай останніх 5 років) період, і ці параметри стосуються величини витрат, розміру страхових премій та сум відшкодування.

По цих параметрам фахівці підприємства визначають доцільність страхування витрат від маркетингових ризиків, в реальній практиці українських підприємств така доцільність часто викликає сумніви. У світовій практиці альтернативою страхування маркетингових ризиків для підприємств є створення власного фонду компенсації втрат від ризику, або так званої кептивної страхової компанії. Останні достатньо широко представлені у США, країнах Євросоюзу, навіть в азійських країнах (Індія, Таїланд, Індонезія).

На завершальному етапі аналізу маркетингових ризиків відбувається оцінка результативності заходів, пов'язаних з усуненням їх. Як правило, такі заходи по своїм наслідкам поділяються на превентивні, обмежуючі та компенсуючі. По кожній з цих груп є своя специфіка антикризових заходів, адже превентивні, – це орієнтовані на недопущення ситуацій виникнення ризику, обмежуючі – спрямовані на стримання розвитку ризику та зменшення його негативних наслідків, а компенсуючі заходи спрямовані вже на покриття втрат від ризику.

Зазвичай, текст аналітичної доповіді по маркетинговим ризикам обов'язково повинен включати склад конкретних заходів по всім трьом групам. Превентивні заходи мають включати:

– обґрунтування вибору клієнтури підприємства, аналіз показників надійності цієї клієнтури;

– в експортно-імпорتنих операціях – аргументацію використання тої чи іншої валюти ціни таких контрактів;

– розробку окремого розділу ризиків у бізнес-плані підприємства;

– втілення в життя різноманітних заходів, які полегшать можливість настання ризику, наприклад встановлення пожежного устаткування;

– створення в системі менеджменту підприємства спеціальної структури з управління ризиками [6].

Серед обмежуючих заходів аналітики зобов'язані виокремлювати товарно-ринкову диверсифікацію, заходи по вдосконаленню виробництва товарів, а також оптимізацію величини товарних запасів на складах. Якщо ж ризик мав місце і привів до втрат, то обов'язково використовуються в аналітиці компенсуючі заходи, серед яких страхування валютних ризиків у маркетинговій діяльності (з необхідністю консультацій з фінансовою службою підприємства), традиційне страхування втрат від маркетингових ризиків, а також самострахування.

В аналізі маркетингових ризиків можна здійснювати групування заходів протидії ризикам за видами. Таке групування допоможе виокремити питому вагу кожного з цих заходів, а по сумах – зменшення втрат і важливість цих заходів. Як правило, результати розрахунку економічного ефекту від впроваджених заходів протидії ризикам, виступають кінцевим моментом в аналітиці маркетингових ризиків.

Таким чином, на основі аналітики маркетингових ризиків кожне підприємство має можливість розбудувати власну систему та організацію процесу управління ризиками в маркетингу, яка має базуватися на сучасних, універ-

сальних науково-практичних підходах, відпрацьованих маркетинговою практикою, визнаних національним та світовим бізнесами. В сучасних умовах такі підходи найбільш повно та послідовно зафіксовані у міжнародному стандарті ризик-менеджменту ISO 31000:2009 «Управління ризиками. Принципи та рекомендації» [7].

Процес управління являє собою найбільш важливу, динамічну складову концепції ризик-менеджменту, а ключовим етапом цього процесу на якому і здійснюється безпосередньо управлінський вплив на співвідношення між прогнозованими результатами та наявним ризиком і є етап нейтралізації такого ризику. В аналітиці маркетингових ризиків важливо займатися і профілактикою ризиків, тобто застосовувати в управлінні методи уникнення ризику та його диверсифікації, а також мінімізації ризику, його лімітування та трансферту. По валютним ризикам застосовують часто хеджування як спосіб передачі ризику контрагентам компанії, особливо це стосується цінних та валютних ризиків.

Висновки. В аналізі маркетингових ризиків маркетингологи здійснюють значну аналітичну роботу, яка не лише пов'язана з виявленням ризиків, їх класифікацією, визначенням їх чинників та джерел, але й з розробкою комплексних цілісних маркетингових програм протидії цим ризикам. Вітчизняний ринок з його специфічними характеристиками зіштовхує українські підприємства із цілою системою маркетингових ризиків, а тому їх сучасний аналіз та розробка на його основі комплексу спеціальних заходів дозволять підприємствам національної економіки розвиватися та зміцнювати свої ринкові позиції.

Список використаних джерел:

1. Іванов Ю.Б. Ефективність маркетингової діяльності підприємств в сучасних умовах підвищеної динамічності та ризикованості підприємництва. *Економіка : реалії часу. Науковий журнал*. 2014. № 1 (11). С. 155–160.
2. Кравець С.В. Сутність та особливості управління маркетинговими ризиками підприємств. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2017. Т. 23, № 2. С. 75–85.
3. Краус К.М. Маркетингові ризики малих торговельних підприємств : види, причини, шляхи уникнення та подолання. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2012. № 5 (68). С. 233–238.
4. Лучко М., Григорук А., Литвин Л. До питання аналізу комерційних та маркетингових ризиків: теоретичний аспект. *Галицький економічний вісник*. 2021. Т. 72. № 5. С. 53–63.
5. Хімичева Г.І., Горецька Н.Б. Вибір і обґрунтування механізмів та інструментів ризиків за вимогами стандартів ISO 31000. *Technics and Technology*. 2018. № 4. С. 13–17.
6. Штефаніч Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз / За ред. доктора економічних наук, професора Д.А. Штефаніча. Тернопіль : Економічна думка, 2011, 267 с.
7. Risk management – Principles and guidelines : IEC/ISO 31000:2009. URL: <https://www.iso.org/iso-31000-riskmanagement.html> (дата звернення: 03.08.2023).

References:

1. Ivanov Yu.B. (2014) Efektivnist marketynhovoi diialnosti pidpriemstv v suchasnykh umovakh pidvyshchenoi dynamichnosti ta ryzykovanosti pidpriemnytstva [Effectiveness of marketing activities of enterprises in modern conditions of increased dynamism and riskiness of entrepreneurship]. *Economy: realities of time*, no. 1 (11), pp. 155–160.
2. Kravets S.V. (2017) Sutnist ta osoblyvosti upravlinnia marketynhovymy ryzykamy pidpriemstv [Marketing risks of small trade enterprises: types, causes, ways of avoidance and overcoming]. *Scientific works of the National University of Food Technologies*, vol. 23, no. 2, pp. 75–85.
3. Kraus K.M. (2012) Marketynhovi ryzyky malykh torhovelnykh pidpriemstv: vydy, prychny, shliakhy unyknnennia ta podolannia [Marketing risks of small trade enterprises: types, causes, ways of avoidance and overcoming]. *State and regions. Series: Economy and entrepreneurship*, no. 5 (68), pp. 233–238.
4. Luchko M., Hryhoruk A., Lytvyn L. (2021) Do pyttannia analizu komertsiiynykh ta marketynhovyykh ryzykiv : teoretychnyi aspekt [On the issue of analysis of commercial and marketing risks: theoretical aspect]. *Galician Economic Herald*, vol. 72, no. 5, pp. 53–63.
5. Khimicheva H.I., Horetska N.B. (2018) Vybir i obgruntuvannia mekhanizmv ta instrumentiv ryzykiv za vymohamy standartiv ISO 31000 [Selection and justification of risk mechanisms and tools according to the requirements of ISO 31000 standards]. *Technics and Technology*, no. 4, pp. 13–17.
6. Shtefanych D., Bratko O., Diachun O., Lahotska N., Okrepkyi R. (2011) Marketynhovyi analiz [Marketing analysis]. (ed.) Shtefanych D. Ternopil: Economic thought. [in Ukrainian]
7. Risk management – Principles and guidelines : IEC/ISO 31000:2009. Available at: <https://www.iso.org/iso-31000-riskmanagement.html> (accessed 03 August 2023).

УДК 338.1:331.101

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-17>**Барбінова А.В.**кандидат педагогічних наук, доцент,
Полтавський національний педагогічний університет
імені В.Г. Короленка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0265-875X>**Barbinova Alla**

Poltava V.G. Korolenko National Pedagogical University

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІНКЛЮЗІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ УКРАЇНИ

Стаття присвячена розгляду організаційних засад реалізації соціальної інклюзії на ринку праці в Україні. Визначено, що соціальна інклюзія - це процес, спрямований на забезпечення людям, які зазнають ризику бідності або соціального вилучення, можливостей та ресурсів, необхідних для того, щоб повною мірою брати участь в економічному, соціальному та культурному житті та досягти рівня життя і добробуту відповідно до стандартів якості життя. Доведено, що державні нормативно-правові документи України базуються на міжнародних нормативно-правових актах та встановлюють вимоги та принципи, що стосуються функціонування державних структур і відносин щодо соціальної інклюзії, регламентують та встановлюють рівність прав та можливостей усіх громадян. Ідеологія інклюзивного підходу на ринку праці покликана забезпечити безбар'єрність для усіх верств суспільства. Мова йде про виключення будь якої дискримінації за станом здоров'я і толерантного ставлення до усіх людей, які мають особливі потреби.

Ключові слова: соціальна інклюзія, ринок праці, безбар'єрність, простір, доступність.

ORGANIZATIONAL PRINCIPLES OF IMPLEMENTATION OF SOCIAL INCLUSION IN THE LABOR MARKET OF UKRAINE

The article is devoted to consideration of organizational principles of realization of social inclusion. The purpose of the study is to analyze the peculiarities of the implementation of social inclusion in the labor market of Ukraine. The relevance of the study is due to the constant transformation of the modern labor market in Ukraine, which is due to the needs of consumers, foreign economic ties, intellectualization of production, the ratio of supply and demand, the quality of the personnel of enterprises, institutions and organizations, etc. These factors affect the change in industrial relations, the range of subjects of which is constantly changing. Accordingly, there is a mutual reorientation of the needs of consumers of the labor market and offers of commodity producers and service providers. The features of the implementation of social inclusion were determined by studying the scientific literature and analyzing the legal acts that made it possible to generalize on the specified problem. In the course of scientific research, it is determined that the state regulatory documents of Ukraine are based on international regulatory legal acts and establish requirements and principles relating to the functioning of state structures and relations on social inclusion, regulate and establish the equality of rights and opportunities of all citizens. In addition, the availability of the necessary logistics and the creation of unhindered and safe working conditions serve as determining factors in the labor choice in the labor market. Potential employers should focus on ensuring barrier-free for their employees or consumers of the services offered, as this affects labor productivity, economic results of enterprises. It is proved that social inclusion excludes any discrimination on health grounds and implies a tolerant attitude towards all people who have special needs. The materials of the article have scientific value for scientists, applicants for education and specialists who focus on inclusive processes in society.

Keywords: social inclusion, labor market, barrier-free, space, accessibility.

JEL classification: J40, C32

Постановка проблеми. Євроінтеграційні процеси України передбачають переосмислення ставлення суспільства до проблем людей з інвалідністю. Європейська практика характеризується переходом від медичної моделі соціалізації людей з інвалідністю до соціальної, за якої порушення в здоров'ї людини розглядаються не як відхилення, а як нормальний аспект життя. Перехід до соціальної моделі соціалізації осіб з інвалідністю розширює їм можливості утвердити свої права у суспільстві, в тому числі реалізувати свій потенціал на ринку праці, який у сучасних соціально-економічних умовах відзначається зміною архітектоники та інфраструктури.

Сучасний ринок праці України постійно зазнає трансформацій, оскільки на його функціонування впливають такі чинники, як потреби споживачів, зовнішньо-економічні зв'язки, інтелектуалізація

виробництва, співвідношення попиту та пропозиції, якість кадрового складу підприємств, установ та організацій та ін. Ці чинники впливають на зміну виробничих відносин, коло суб'єктів яких постійно варіюється. Відповідно відбувається взаємна переорієнтація потреб споживачів ринку праці та пропозицій товаровиробників та надавачів послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стрімкий розвиток технологій забезпечує повноцінне входження осіб з інвалідністю у суспільство. Такі люди стають не лише повноцінними користувачами послуг на ринку праці, але можуть бути висококваліфікованими конкурентноздатними робітниками. Це спонукає науковців і практиків до подальшого теоретичного осмислення та прийняття дієвих рішень, які б сприяли пошуку нових моделей та механізмів удосконалення соціальної інклюзії. Світова економіка постійно зазнає

трансформаційних змін, які мають прямий вплив на вітчизняну економіку. Поява нових глобальних викликів призводить до переорієнтації потреб споживачів ринку праці та вимагає визначення якісно нових пріоритетів.

Зважаючи на такі тенденції, наукові напрацювання багатьох учених спрямовані на дослідження теоретичних та прикладних проблем інклюзивного розвитку суспільства. Так, механізми розвитку соціальної інклюзії висвітлено у працях українських та зарубіжних учених, зокрема Бутка М., Геєця В., Герасимчука З., Гриценюк І., Залозної Ю., Кінзерського Ю., Ковальської Л., Софій Н., Сергеевої Л., та інших. Соціально-педагогічній реабілітації осіб з інвалідністю присвячені праці Безпалько О., Григор'єва С., Пальчевський С., Харченка С., Харченко Л.П. та ін.

Значна увага науковців свідчить про потребу нового формату інституцій суспільного розвитку, які потребують наукового обґрунтування механізмів реалізації соціальної інклюзії на ринку праці України. Ця проблема є об'єктом досліджень таких галузей як економіка, політологія, соціологія та ін. Однак, реалізація соціальної інклюзії на ринку праці України з позицій менеджменту потребує подальших досліджень.

Мета статті – проаналізувати особливості реалізації соціальної інклюзії на ринку праці України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прямий вплив світової економіки на ринок праці в Україні зумовлює появу кількісних та якісних змін у структурі ринку праці. З одного боку такі перетворення відкривають нові можливості для становлення інноваційних видів зайнятості. Але водночас прослідковуються певні загрози й ризики у соціально-трудої сфері, оскільки відбувається реструктуризація зайнятості населення відповідно до вимог ринку праці, який є причиною виникнення інноваційних нетрадиційних нетипових її форм. Як свідчить практика, нині на ринку праці найбільш затребуваними є ті фахівці, які мають високий рівень професійних компетентностей та прагнуть до самоудосконалення, спрямовують свої зусилля на підвищення кваліфікації, набуття нових компетенцій, формування готовності до праці в умовах постійних змін. Важливим фактором, що впливає на функціонування ринку праці є стрімкий розвиток цифрових технологій. Завдяки цифровізації для різних соціальних категорій населення, не залежно від віку, статі, чи стану здоров'я розширюється спектр можливостей здійснювати професійну діяльність.

Однак, для успішного функціонування ринку праці в Україні необхідно удосконалювати механізми соціальної інклюзії для маломобільних верств населення. До таких цільових груп належать особи з функціональними порушеннями працездатності та інвалідністю, люди старшого віку, матері з дітьми до 6 років, діти, що залишилися без батьківського піклування та молодь.

Соціальна інклюзія – це процес, спрямований на забезпечення людям, які зазнають ризику бідності або соціального вилучення, можливостей та ресурсів, необхідних для того, щоб повною мірою брати участь в економічному, соціальному та культурному житті та досягти рівня життя і добробуту відповідно до стандартів якості життя [1]. Соціальна інклюзія як система забезпечення умов, за яких усі дорослі і діти роблять свій внесок у його розвиток суспільства і стають рівно-

правними його членами суспільства, виникла в результаті переорієнтації суспільної політики на утвердження рівності громадян.

Нині соціальна інклюзія набула особливого значення, оскільки розглядається у правовому полі Європейського союзу та ООН. Провідними ідеями реалізації соціальної інклюзії залишається забезпечення безперешкодного життєвого середовища у публічному просторі, доступ до інфраструктурних об'єктів. Визначальною характеристикою соціальної інклюзії є спрямованість загальної практики на вирішення низки соціальних проблем, серед яких подолання нерівності у сфері освіти та охорони здоров'я, уникнення труднощів із матеріальним забезпеченням та житлом, зниження рівня бідності та безробіття, тощо.

Так, на 74-й сесії ООН було прийнято Порядок денний «Сприяння соціальній інтеграції через соціальну інклюзію», в якому наголошується на тому, що соціальна інклюзія та рівність пов'язані між собою, і що увага має бути зосереджена на інвестуванні в найбільш неблагополучні та виключені групи населення, до яких можуть входити: діти, жінки, молодь, особи з інвалідністю, особи похилого віку, мігранти та корінні народи [2].

У 2015 році членами ООН було ухвалено план досягнення спільного кращого майбутнього до 2030 року. Затверджений Порядок денний «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року» передбачає затвердження 17 Цілей сталого розвитку, згідно яких спільні зусилля буде спрямовано на подолання крайньої бідності, боротьбу з нерівністю і несправедливістю та на захист нашої планети. Для встановлення стратегічних рамок національного розвитку України на період до 2030 року на засадах принципу «нікого не залишити осторонь» було започатковано інклюзивний процес адаптації Цілей сталого розвитку [3].

Правові механізми соціальної інклюзії в Україні регулюються низкою Законів України. Серед таких нормативних документів: Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні», Закон України «Про соціальні послуги», Закон України «Про державні соціальні стандарти та державні соціальні гарантії», Закон України «Про адміністративні послуги» та ряд інших нормативно-правових документів.

Державні нормативно-правові документи встановлюють вимоги та принципи, що стосуються функціонування державних структур, і відносин щодо соціальної інклюзії, регламентують та встановлюють рівність прав та можливостей. Крім того, такі документи слугують правовим підґрунтям для подолання бар'єрів різної природи, з якими зустрічаються маломобільні верстви населення. Згідно статті 2 ЗУ «Про соціальні послуги» основними цілями надання соціальних послуг є профілактика складних життєвих обставин; подолання складних життєвих обставин; мінімізація негативних наслідків складних життєвих обставин [4].

Сутність інклюзивного підходу полягає у зміні акцентів у трактуванні концепції інвалідності.

Інклюзія – це процес збільшення ступеня участі всіх громадян у соціумі; процес реального залучення осіб із порушеннями в здоров'ї до активного суспільного життя, який передбачає адаптацію соціального середовища до потреб людини [5].

Сучасна орієнтація ринку праці на забезпечення соціальної інклюзії з позицій інклюзивного підходу має відбуватися за рахунок:

- поцінування, визнання і поваги щодо кожної особи;
- надання можливостей для навчання і розвитку, творчого інтелектуального зростання кожної людини;
- причетності та участі кожного у прийнятті рішень;
- спільного користування фізичним та соціальним простором;
- фінансової підтримки реалізації соціальних програм [2].

Ідеологія інклюзивного підходу покликана забезпечити безбар'єрність для усіх верств суспільства. Мова йде про виключення будь якої дискримінації за станом здоров'я і толерантного ставлення до усіх людей, які мають особливі потреби.

З метою створення безбар'єрного простору в різних аспектах життя людини, рівних можливостей для всіх суспільних груп населення для самореалізації, здобуття освіти, працевлаштування, розвитку здібностей та потенціалу, забезпечення системного та комплексного підходу щодо реалізації принципів соціальної, економічної, політичної, цифрової та фізичної безбар'єрності, затверджено в Україні затверджено Національну стратегію із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. Згідно цього документу стратегічний курс за напрямками безбар'єрності орієнтується на забезпечення таких видів безбар'єрності: фізична, інформаційна, цифрова, суспільна та громадянська, освітня, економічна.

Забезпечення фізичної безбар'єрності передбачає дотримання загальноприйнятих практик створення безперешкодного життєвого середовища для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення та сталої мобільності на державному та місцевих рівні. Способами забезпечення фізичної безбар'єрності є доступність до будівель, громадського простору та інфраструктури, будівель.

Досягнення інформаційної безбар'єрності можливе шляхом застосування технологій, що будуть орієнтовані на що потреби та можливості людей з порушеннями зору, слуху та різними рівнями комунікативності.

Цифрова безбар'єрність ґрунтується на забезпеченні швидкісним інтернетом усі населені пункти країни з метою вільного доступу до цифрових сервісів.

Суспільна та громадянська безбар'єрності передбачають активну участь усіх без виключення громадян у житті суспільства шляхом залучення до громадських обговорень, утворення громадських об'єднань та ін.

Освітня безбар'єрність забезпечує вільний доступ до закладів освіти для всіх вікових категорій протягом життя з метою отримання освітніх послуг.

Досягнення економічної безбар'єрності можливе шляхом реалізації комплексу заходів, який забезпечить доступність підприємницької діяльності, руйнування бар'єрів на ринку праці, під час працевлаштування та на робочому місці.

Кожен із цих напрямів передбачає комплекс рішень, спрямованих на різні суспільні групи, зокрема, людей з інвалідністю, молодь, батьків з маленькими дітьми, літніх людей. Головна мета – здійснити переорієнтацію суспільних переконань, в основі яких безбар'єрність

вважається новою суспільною нормою, за якої поважаються та враховуються особливості і потреби кожної людини.

Фактично, соціальна інклюзія спрямована на досягнення позитивних змін у політичній, економічній, соціальній сферах. Забезпечення рівності і доступності свідчить про спрямування на утвердження соціальної рівності.

Реалізація соціальної інклюзії на практиці передбачає широке коло стратегій і ресурсів, які орієнтовані на ті групи населення, які перебувають у несприятливому середовищі. В основі цих стратегій повинні бути такі принципи:

- визнання відмінностей у розвитку людей, поширення переконання, що усі люди є однаковими в тому, що неважаючи на індивідуальні відмінності, усі мають цінність;
- надання можливостей для навчання та розвитку, творчого інтелектуального зростання особистості, вибору дітьми і дорослими жити значущим для них життям, яке заслуговує на підтримку;
- наявність підтримки у прийнятті рішень, що стосуються кожного особисто в питаннях сім'ї та життя у суспільстві; громадяни залучаються до участі й прийнятті рішень щодо політики та участі у політичному житті суспільства;
- це спільне користування фізичним і соціальним простором –громадськими закладами та установами, громадським транспортом тощо;
- наявність матеріальних ресурсів і, зокрема, фінансової підтримки соціальних програм.

Нагальною необхідною є розробка завдань щодо вдосконалення механізмів реалізації соціальних потреб на регіональних ринках праці, в основу яких мають бути покладені соціальні потреби працівників різних соціальних категорій. Під соціальними потребами працівника на ринку праці науковці розуміють сукупність потреб, що виникають та реалізуються в процесі його трудової діяльності, виступають одночасно результатом і передумовою розвитку суспільного виробництва, спонукають до ефективної праці та освітньо-професійного зростання (потреби у праці, отриманні доходу, соціальному захисті, потреби у реалізації знань, професійних вмінь, спілкуванні, повазі, творчості, самореалізації, освітньо-професійному та кар'єрному зростанні тощо). Важливо підкреслити, що соціальні потреби працівників завжди відображають нестачу того, що є дуже важливим для працівника у соціально-трудої сфері. Усвідомлені пріоритетні соціальні потреби формують основу забезпечення різних видів безбар'єрності та доступності. Рівень забезпечення потреб та інтересів працівників, мотивація їх трудової поведінки повною мірою впливають на працездатність працівника. Крім того, наявність необхідного матеріально-технічного забезпечення та створення безперешкодних та безпечних умов праці слугують визначальними факторами при трудовому виборі на ринку праці. Потенційні роботодавці повинні орієнтуватися на забезпеченні безбар'єрності для своїх працівників або споживачів запропонованих послуг, оскільки це відбивається на продуктивності праці, економічних результатах діяльності підприємств.

Усі без виключення установи та організації в залежності від своїх масштабів, форм власності, галузевої

приналежності, місця розташування та інших умов повинні дотримуватися чинного нормативно-правового законодавства у сфері соціального забезпечення та забезпечення прав найманих працівників на безпечні і безперешкодні умови праці. Для цього адміністрація установи чи організації може розпоряджатись власною соціальною інфраструктурою або мати набір тільки її окремих елементів або розраховувати на кооперацію з іншими організаціями та на муніципальну базу соціальної сфери [6].

Висновок. Стратегічно важливими цілями функціонування ринку праці в Україні є забезпечення соціальної інклюзії, яка реалізує права маломобільних верств населення на умови, за яких усі дорослі і діти роблять свій внесок у його розвиток суспільства і стають рівноправними його членами суспільства. Забезпечення безбар'єрності для маломобільних верств

населення позитивно впливає на якісні та кількісні показники ринку праці, оскільки дозволяє таким категоріям суспільства реалізувати своє право на безпечні та безперешкодні умови праці. Впровадження стратегії соціальної інклюзії в сучасний ринок праці на державному рівні свідчить про те, що в Україні запроваджені механізми державного регулювання соціальної інклюзії, які розроблені з урахуванням міжнародних нормативно-правових документів. Вони спрямовані на дотримання норм всебічного розвитку суспільства, активізацію участі у суспільній діяльності, скорочення нерівності і подолання бідності, підвищення соціальної безпеки та доступність якості послуг. Забезпечення інклюзивного зростання на вітчизняному ринку праці передбачає зниження рівня безробіття, що призводить до добробуту та економічного прогресу.

Список використаних джерел:

1. Найда Ю., Ткаченко Л. Стандарти громадсько-активної школи: соціальна інклюзія: навчально-методичний посібник. Київ : ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2014. 68 с.
2. Семигіна Т. Нові глобальні етичні принципи соціальної роботи. *Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму*. 2019. № 1. С. 70–85.
3. 17 цілей сталого розвитку. URL: <https://globalcompact.org.ua/tsili-stijkogo-rozvytku/>
4. ЗУ «Про соціальні послуги». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text>
5. Колупаєва А.А. Інклюзивна школа: особливості організації та управління : навчально-методичний посібник. Київ : ФО-П Парашин І.С., 2010. 128 с.
6. Колот А. Майбутнє світу праці та соціально-трудового розвитку очима відомих економістів. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2016. № 1. С. 8–21.

References:

1. Naida Yu., Tkachenko L. (2014). Standarty hromadsko-aktyvnoi shkoly: sotsialna inkluziia: navchalno-metodychnyi posibnyk [Standards of a socially active school: social inclusion: educational and methodological manual]. Kyiv: TOV «Vydavnychiy dim «Pleiady», 68 p. (in Ukrainian)
2. Semyhina T. (2019) Novi hlobalni etychni pryntsyipy sotsialnoi roboty [New global ethical principles of social work]. *Visnyk Akademii pratsi, sotsialnykh vidnosyn i turyzmu*, no 1, pp. 70–85. (in Ukrainian)
3. 17 tsilei staloho rozvytku [17 sustainable development goals]. URL: <https://globalcompact.org.ua/tsili-stijkogo-rozvytku/> (in Ukrainian)
4. ZU «Pro sotsialni posluhy» ["On social services"]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> (in Ukrainian)
5. Kolupaieva A.A. (2010) Inkluzivna shkola: osoblyvosti orhanizatsii ta upravlinnia: Navchalno-metodychnyi posibnyk [Inclusive school: peculiarities of organization and management: educational and methodological manual]. Kyiv: FO-P Parashyn I.S., 128 p.
6. Kolot A. (2016). Maibutnie svitu pratsi ta sotsialno-trudovoho rozvytku ochyma vidomykh ekonomistiv [The future of the world of work and social and labor development through the eyes of famous economists]. *Sotsialno-trudovi vidnosyni: teoriia ta praktyka*, no. 1, pp. 8–21. (in Ukrainian)

UDC 331.101.262

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-18>**Pryimak Vasyl**Doctor of Economic Sciences, Professor,
The General Tadeusz Kosciuszko Military University of Land Forces
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4246-4535>**Holovnov Vitalii**PhD Student,
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1597-5703>**Pylypovych Sofia**Master's Student,
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1336-0959>**Приймак В.І.**Академія сухопутних військ імені Генерала Тадеуша Костюшка
Головнов В.І., Пилипович С.О.
Львівський національний університет імені Івана Франка

IMPACT OF RUSSIAN MILITARY AGGRESSION ON THE DEVELOPMENT OF HUMAN CAPITAL IN THE REGIONS OF UKRAINE

The article examines the impact of Russian military aggression in 2014 on the development of human capital in the regions of Ukraine. The author's understanding of the socio-economic category "human capital" is presented. In order to build an integral indicator of the level of development of human capital in the region, it is proposed to consider the following structural components and partial primary diagnostic indicators of this capital: economic-demographic component, educational-scientific component, medical-biological component, socio-cultural component. Due to the fact that before and after the full-scale invasion of Russian troops into Ukraine on February 24, 2022, the available statistical data on this capital in open sources are not the same, the research was carried out on the basis of annual data only for the years 2013–2020. The article examines this influence using an approach that consists in using the methods of multidimensional statistical analysis, in particular, the method of constructing an integral summarizing indicator, to perform calculations. The results of the study showed that the Russian military aggression in 2014 had a significant negative impact on the development of human capital in the regions of Ukraine.

Keywords: human capital, Russian military aggression in Ukraine, region, integral generalizing indicator, components of human capital.

JEL classification: O15, C80

ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ НА РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

У статті досліджено вплив російської військової агресії 2014 р. на розвиток людського капіталу в регіонах України. Подане авторське розуміння соціально-економічної категорії «людський капітал». В роботі запропоновано для побудови інтегрального показника рівня розвитку людського капіталу регіону розглянути такі структурні компоненти і частинні первинні діагностичні показники цього капіталу: економіко-демографічна компонента, освітньо-наукова компонента, медико-біологічна компонента, соціокультурна компонента. Процедура кількісного оцінювання рівня розвитку людського капіталу регіонів України потребує наявності статистичних даних вищевказаних частинних первинних показників, які характеризують цей капітал. У зв'язку з тим, що до і після повномасштабного вторгнення російських військ в Україну 24 лютого 2022 року у відкритих джерелах наявні статистичні дані про цей капітал є неоднаковими, то дослідження здійснювали на основі щорічних даних тільки за 2013–2020 роки. В статті досліджено цей вплив з використанням підходу, що полягає у використанні для виконання розрахунків методів багатовимірного статистичного аналізу, зокрема, методу побудови інтегрального узагальнюючого показника. Для виконання розрахунків і побудови інтегрального показника бажано, щоб вибрані для цього первинні показники мали високий рівень варіації, а коефіцієнт кореляції для будь-яких двох з них був невеликий. Ураховавши вказані обмеження, при виконанні розрахунків з даного переліку показників було вилучено такі з них: кількість працівників, які підвищували кваліфікацію; кількість фахівців вищої кваліфікації, зайнятих в економіці країни (кандидати та доктори наук); середня очікувана тривалість життя при народженні; місця у залах для демонстрування фільмів. Результати дослідження показали, що російська військова агресія 2014 р. мала суттєвий негативний вплив на розвиток людського капіталу в регіонах України. За період з 2013 по 2020 роки величина показника «рівень розвитку ЛК» зменшилася для тих регіонів у яких він був найвищим і збільшилася – для тих у яких він був найнижчим. Тобто диференціація величин цього узагальнюючого показника для регіонів України за досліджуваній період зменшилася.

Ключові слова: людський капітал, російська військова агресія в Україні, регіон, інтегральний узагальнюючий показник, компоненти людського капіталу.

Introduction. The latest Russian-Ukrainian war began in 2014 with the annexation of Crimea and the capture of parts of Luhansk and Donetsk regions. The new stage of this war began on February 24, 2022, with the full-scale invasion of Russian troops into Ukraine. Our neighbor broke into our house and destroys everything in his path. In the occupied territories, the occupiers rob and loot, abuse, rape and kill innocent people. The aggressor, with the help of aviation and artillery, levels everything to the ground, launches missile attacks on military and civilian objects inside the country far from the front line. Schools, hospitals and theaters, residential buildings and industrial premises are bombarded, the infrastructure is destroyed, not only military, but civilian objects are destroyed, and the most important thing is that in addition to the military, the civilian population – men, women, the elderly and children. In order to save their lives and avoid other troubles, the instinct of self-preservation prompts people to move within the country in the western direction, as well as to migrate abroad.

The consequence of this Russian armed aggression in Ukraine is not only the reduction of production and the outflow of labor force abroad, but also the reduction of opportunities for the formation and development of its human capital. Although the reconstruction of objects destroyed by the war requires skilled workers, financial resources, infrastructure, machinery, the latest technologies, etc. In order to eliminate the consequences of the war, restore the economy and strengthen the country's defense capabilities, first of all, a high level of development of its human capital is required. After all, human capital is closely related to economic growth. Increasing the knowledge and skills of employees increases their labor productivity, which positively affects the development and competitiveness of the economy of the regions and the country as a whole. "Human capital increasingly affects the level, pace of development and competitiveness of the region. It is also an important part of the knowledge-based economy. Its value and level directly affect innovation processes, as well as the processes of creation and transfer of knowledge and technologies" [1]. The confirmation of what has been said is, in particular, the study by scientists of the determining factors of growth at the regional level for 110 countries of the world, the economy of which accounts for 97% of the world GDP. The results of these studies showed that human capital is the most important factor because it explains a significant part of the regional dispersion [2]. Therefore, it is necessary to know how Russian military aggression affects the development of human capital in Ukraine, to be able to assess the level of this development in the regions of the country and to develop an effective policy for managing this development.

Analysis of recent research and publications. The idea of human capital can be seen even in the scientific works of the classics of economic theory: Petty V., Smith A., Ricardo D., Marx K. and others. The activation of scientific research on this issue took place in the 60s of the 20th century, when changes in production caused by scientific and technical progress required highly qualified workers. The consequence of these changes was a rethinking of the role of education, science, qualifications and complex labor in economic theory. Nobel laureates Schultz T. and Becker H. are considered the founders of the theory of human capital. These scientists, together

with their followers, substantiated the expediency of investing in a person [3; 4]. They proved that expenses for education and professional development of an individual, health care and raising children, finding a new place of work and other investments will return to her in the process of work. Problems related to the formation, development and realization of human potential or capital were considered in their research by a number of Ukrainian and foreign scientists and practitioners. Among the Ukrainian researchers who studied these problems, we can name such authors of scientific works as: Grishnova O. and Brintseva O. [5], Hrynkevich S. [6], Dolishnii M. and Zlupko S. [7], Kuzmin O. and Shakhno A. [8], Sadova U. and Stepura T. [9], Stefanyshyn O., Lysiak L. and Kachula S. [10], Semiv L., Kutsenko V., Libanova E., Petrova I., Shevchuk L. and others.

However, the studies of human capital by these and other scientists do not provide a complete picture of the trends in the development of this capital in the regions of Ukraine and the impact of Russian military aggression on this capital, which makes it necessary to carry out its diagnostics in recent years. This explains the relevance of the presented results of scientific research.

Task statement. The purpose of the article is to study the possibilities of assessing the level of development of human potential in the regions of Ukraine and to study the impact of Russian military aggression on this development.

Presentation of the main research material. It will be possible to restore the war-ravaged economy of Ukraine and move to its growth both intensively and extensively. Although there are no great hopes for an extensive way of its development, i.e. due to the quantitative increase of various resources. In the course of hostilities, the aggressor inevitably destroys all production reserves, including labor reserves. Therefore, there remains an intensive way of rebuilding the national economy.

The intensive development of the economy consists in improving production by improving the quality of various resources, in particular and mainly by increasing the level of development of human capital by improving its various characteristics. After all, "it is the person with his abilities that is the driving force of economic development. The economic and innovative development of both the region and the state as a whole depends on the development of human capital" [11]. The recovery of Ukraine's economy in the post-war period should be based on practically inexhaustible resources that form human capital, in particular on knowledge, intellectual and creative abilities of a person, etc. These resources are more important than natural resources or means of production. It is human capital, not plants, factories, machines, production stocks, that mainly ensures the efficiency of the economy and its growth.

Regarding the socio-economic category "human capital", there is no consensus among scientists regarding its interpretation. For example, it can be defined as a certain stock of health, knowledge, skills, abilities, motivations and other productive qualities formed or developed as a result of investments and accumulated by people, which is purposefully used in one or another sphere of economic activity, contributes to the growth of labor productivity and thanks to this affects the growth of its owner's income [12, p. 101]. The concept of "human capital" can be defined somewhat differently, but the main thing in its

understanding is that investments in human capital bring profit. The value created in the process of its operation is greater than the value of these investments.

Algorithm of multidimensional comparative analysis of human capital of regions of Ukraine, which is used in the article. One of the main problems that researchers face when assessing the level of human capital development in the region is the availability of the necessary primary information. The lack of certain financial and expert information on the level of human capital development in the regions of Ukraine prompted the use of the methods of multidimensional statistical analysis to assess this level of development, in particular, the method of constructing an integral generalizing indicator based on the annual values of partial statistical indicators. Russia's war against Ukraine has been going on since 2014. However, on February 24, 2022, a new phase of this war began. The hostilities spread throughout Ukraine.

To construct an integral indicator, annual values of all partial indicators used in the calculations are required, each of which in a certain way characterizes some aspect of human capital for the entire period under study. The lack of publicly available annual statistical data for 2021 and 2022 led to the need to build a general indicator of the level of human capital development in the region and calculate its values for the regions of Ukraine only for 2013–2020.

Let's consider in more detail the algorithm for building a complex integral indicator, the value of which will characterize the level of human capital development in the region. In this work, algorithms are generalized for the possibility of simultaneous comparison of human capitals of regions in both these dimensions.

Since partial primary indicators, the values of which we will use to construct an integral indicator, can have different dimensions, so at the beginning it is necessary to eliminate the influence of the dimension of each of them. That is, at the first stage of our algorithm, the values of partial primary indicators need to be reduced to dimensionless values. By assumption, they are all measured in the ratio scale, so all arithmetic operations can be performed on them.

Scientists offer different approaches to performing this procedure. Let's use the following formula for this:

$$z_{ij}^t = \left(\frac{x_{ij}^t}{\sigma_j} \right)^{l_j}, \quad (1)$$

where x_{ij}^t – the value of the j -th indicator ($j = \overline{1, J}$) for the i -th region ($i = \overline{1, I}$) or the t -th period of time ($t = \overline{1, T}$); z_{ij}^t – the dimensionless value of this indicator; $l_j = 1$, if the j -th indicator is a stimulant, $l_j = -1$, if the j -th indicator is a disincentive. Here x_j , σ_j – respectively, the arithmetic mean and mean square deviation of the j -th indicator for all regions and for all time intervals. They are calculated using formulas:

$$\begin{aligned} \bar{x}_j &= \frac{\left(\sum_{i=1}^I \sum_{t=1}^T x_{ij}^t \right)}{(I \cdot T)}, \\ \sigma_j &= \left[\frac{\left(\sum_{i=1}^I \sum_{t=1}^T (x_{ij}^t - \bar{x}_j)^2 \right)}{(I \cdot T)} \right]^{1/2}. \end{aligned} \quad (2)$$

Now, at the second stage of the considered algorithm, taking into account the possibility of summation of

dimensionless quantities, based on their values, we build the desired integral indicator according to a simple summation formula:

$$m_i^t = \sum_{j=1}^J z_{ij}^t \quad (i = \overline{1, I}, t = \overline{1, T}), \quad (3)$$

where m_i^t – the value of the complex integral indicator of the level of human capital development for the i -th region ($i = \overline{1, I}$) for the t -th period of time ($t = \overline{1, T}$).

Thus, by performing calculations according to formulas (1)-(3), we will obtain the desired values of the synthetic integral indicator for all studied regions of the country and all time periods for which annual statistical data are available.

Description of the components of human capital and the used primary partial indicators. As mentioned above, in order to solve the task and carry out calculations according to formulas (1)-(3), first of all, it is necessary to select a set of primary indicators that characterize the human capital of the region. A review of literary sources on this issue showed a lack of clarity in solving this problem. Scientists offer different sets of primary partial indicators to calculate one generalized integral indicator, the value of which would reflect the level of human capital development in a certain region. Thus, in the scientific article [13], investigating the peculiarities and trends of the development of human capital in Ukraine, the author considers 7 structural components of this potential: demographic (3 indicators), medical and biological (3 indicators), intellectual (5 indicators), educational (3 indicators), economic and motivational (6 indicators), cultural, social and psychological (4 indicators), as well as organizational (3 indicators). That is, a total of 27 partial indicators. In scientific papers [14–16], 26, 15, and 6 partial primary indicators were used, respectively, to assess the level of development or the quality of human capital of a country or region. Other authors offer their list of such indicators. So, even without considering these sets of primary indicators, but only considering the given numbers, it is clear that scientists do not have a single opinion on this issue.

Taking into account what has been said, we propose to consider the following structural components and partial primary diagnostic indicators of this capital in order to build an integral indicator of the level of human capital development in the region:

I. Economic and demographic component

1. Labor force (until 2019 – economically active population) aged 15–70.
2. Natural population growth (decrease).
3. Migration growth (reduction) of the population.
4. Employed population aged 15–70.
5. Unemployment of the population aged 15–70 (according to the ILO methodology).

II. Educational and scientific component

6. Number of children in pre-school institutions.
7. Number of students of general secondary education institutions.
8. Number of students in universities, academies, institutes (up to the 2016/17 academic year – higher educational institutions of III-IV levels of accreditation) at the beginning of the academic year.
9. The number of students in colleges, technical schools, schools (up to the 2016/17 academic year – higher

educational institutions of the I–II levels of accreditation) as of September of this year.

10. Number of graduates of professional (vocational and technical) education institutions.

11. The number of employees who improved their qualifications.

12. Number of researchers involved in scientific research and development.

13. Costs for carrying out scientific research and development.

14. Number of highly qualified specialists employed in the economy of the country (candidates and doctors of science).

III. Medical and biological component

15. Number of doctors of all specialties.

16. Number of secondary medical personnel.

17. Number of hospital beds.

18. Capacity of outpatient clinical facilities (visits per shift).

19. Average life expectancy at birth.

20. Mortality rates of children under the age of 1 year.

21. The number of patients diagnosed with active tuberculosis for the first time in their lives.

IV. Sociocultural component

22. Incomes of the population.

23. Average monthly nominal salary of full-time employees.

24. Housing stock (total area of residential premises).

25. Share of households that have access to Internet services at home.

26. Number of libraries.

27. Places in halls for showing films.

28. Number of detected crimes.

Results of a comparative analysis of the level of human capital development in the regions of Ukraine for 2013–2020. The procedure for quantitative assessment of the level of development of human capital in the regions of Ukraine requires the availability of statistical data of the above partial primary indicators that characterize this capital. The absence of generalized statistical information for the years 2021 and 2022 in open literary sources makes it impossible to perform a comparative analysis of the level of development of the HC in the regions of Ukraine using the above algorithm for these and other years. Therefore, in the work, we will perform a comparative analysis of the level of development of LK in the regions of Ukraine using the above-mentioned algorithm for constructing an integral indicator only for 2013–2020.

To perform calculations and build an integral indicator, it is desirable that the primary indicators selected for this purpose have a high level of variation, and the correlation coefficient for any two of them is small. In addition, it is necessary to take into account the availability of statistical data on the values of these partial primary indicators in the regional section. Taking into account the specified limitations, when performing calculations from this list of indicators, the following were removed from them: the number of employees who improved their qualifications; the number of highly qualified specialists employed in the country's economy (candidates and doctors of science); average life expectancy at birth; seats in movie theaters. As a result, the data of 24 primary indicators for 2013–2020 in annual terms or at the end of the corresponding year were used for calculations. When performing the calculations,

the values of the value indicators were adjusted taking into account inflation. Moreover, the calculations of the values of integral indicators were performed according to formulas (1) – (3) for the level of development of the HC and separately for each of its components, respectively, for each region of Ukraine (the temporarily occupied Autonomous Republic of Crimea did not participate in the calculations due to lack of data) and each year. The results of the calculations of this generalized indicator for the national human capital of Ukraine are presented in the table. 1. The peculiarity of the calculation algorithm used is that the comparison of the obtained values of the integral indicator can be performed not only in the columns or rows of this table, but simultaneously in the entire table, that is, simultaneously in two dimensions – by regions and years.

As it can be seen from this table, the impact of the Russian-Ukrainian war on the level of human capital development was insignificant in 2014 and more significantly in 2015. Compared to the previous year, the value of this indicator in 2014 increased significantly in the city of Kyiv, Poltava and Kharkiv regions and slightly in five other regions of Ukraine, and in 2015 it increased slightly only in Zakarpattia and Ivano-Frankivsk regions and decreased in all other regions of Ukraine. The regulatory policy of the state, which is aimed at improving the situation with human capital in the country, gave its results only in 2017. Compared to the previous year, the value of the investigated indicator decreased slightly this year only in the Mykolaiv, Poltava and Kherson regions.

Over the entire studied period, the highest level of development of HC took place in Kyiv, Dnipropetrovsk, Lviv, Odesa and Kharkiv regions, and the lowest – in Volyn, Kirovohrad, Kherson, Chernivtsi and Chernihiv regions. For obvious reasons, the value of the studied integral indicator from the largest among all regions of Ukraine for Donetsk and quite large for Luhansk in 2013 decreased in 2020 to the smallest. Therefore, we will bypass them in the further analysis.

The level of development of HC in 2020 compared to 2019 increased for most regions of Ukraine. The largest such growth occurred in Ivano-Frankivsk, Kirovohrad, Sumy, Ternopil, Kherson, Khmelnytskyi and Chernihiv regions. The decrease of this indicator for this year occurred only for the city of Kyiv, Dnipropetrovsk and Kharkiv regions.

The analysis of the results of the calculations showed that during the period from 2013 to 2020, the value of the indicator "level of development of HC" decreased for those regions in which it was the highest and increased for those in which it was the lowest. That is, the differentiation of the values of this general indicator for the regions of Ukraine during the studied period decreased.

As for the individual structural components of the region's human capital that we considered, the largest contribution to the value of the integral indicator of the level of development of this capital is made by the socio-cultural component, and the smallest by the economic and demographic component. That is, when developing a regional policy of managing the development of human capital, the greatest attention should be paid to the regulation of partial indicators of the socio-cultural component.

The performed calculations showed that for the period from 2013 to 2020, the value of the integral indicator, which reflects the level of development of

Table 1

**The value of the complex integral indicator of the level of human capital development
in the regions of Ukraine for 2013–2020**

Name of the region	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Vinnitsia	47,57	45,69	44,70	43,6	45,73	44,73	46,65	46,52
Volyn	34,75	35,77	34,25	34,83	45,46	36,49	36,79	38,03
Dnipropetrovsk	74,90	74,75	72,14	70,74	76,70	73,43	72,16	68,84
Donetsk	89,12	52,89	39,37	41,14	38,16	39,58	42,11	42,84
Zhytomyr	41,49	40,92	39,15	38,87	38,85	38,47	39,36	39,78
Zakarpattia	39,13	38,29	39,05	39,82	41,35	41,30	41,81	42,49
Zaporizhzhia	48,90	47,24	44,80	45,02	45,65	47,21	45,79	46,86
Ivano-Frankivsk	42,04	40,05	40,42	40,27	41,36	40,85	41,05	44,05
Kyiv	47,34	47,07	45,59	45,38	49,19	49,22	49,97	50,37
Kirovohrad	36,34	34,54	34,29	34,58	37,45	34,53	34,56	36,50
Luhansk	52,03	34,06	26,88	27,32	25,62	25,62	26,42	29,07
Lviv	64,09	64,31	62,13	62,11	63,65	61,12	60,25	60,31
Mykolayiv	39,74	38,57	36,16	37,75	37,27	38,32	37,79	39,08
Odesa	57,12	55,90	54,64	55,35	56,27	55,92	55,68	55,61
Poltava	42,61	44,09	41,39	40,76	39,82	41,46	42,20	43,96
Rivne	40,27	39,77	38,52	38,93	41,14	39,61	39,61	40,45
Sumy	37,41	37,41	36,57	35,96	37,38	35,92	37,12	40,57
Ternopil	39,09	39,37	38,62	36,67	40,39	38,66	39,00	41,64
Kharkiv	66,95	68,46	65,31	62,05	65,22	63,62	64,13	62,85
Kherson	37,06	36,17	35,09	36,73	34,89	35,95	34,74	38,81
Khmelnitsk	41,29	41,54	40,15	37,78	41,04	39,12	40,29	42,53
Cherkassy	39,78	40,52	38,16	39,04	39,25	39,83	39,70	40,51
Chernivtsi	35,99	35,41	35,12	36,48	38,33	37,98	36,31	37,19
Chernihiv	36,41	36,24	34,87	35,37	34,14	35,55	35,56	38,44
City of Kyiv	87,55	90,47	88,36	84,57	86,12	88,68	89,26	85,57

Source: calculated by the authors according to statistical data

the economic-demographic, educational-scientific, and medical-biological components, decreased in all regions of Ukraine, with the exception of: for the first component, Volyn and Kyiv regions, the second – Kyiv region and the city of Kyiv, the third – Volyn, Poltava, Sumy, Ternopil, Kharkiv, Kherson, Chernivtsi and Chernihiv regions. As for the integral indicator of the level of development of the socio-cultural component, its value increased for the specified period for all regions of Ukraine.

Conclusions. The conducted research showed that the Russian military aggression of 2014 had a significant negative impact on the development of human capital in the regions of Ukraine. The influence of the Russian-Ukrainian war on the level of human capital development

was slightly manifested in 2014 and more significantly in 2015. The regulatory policy of the state, which is aimed at improving the situation with human capital in the country, gave its results only in 2017. Compared to the previous year, the value of the studied indicator decreased slightly in only a few areas this year. The level of development of HC in 2020 compared to 2019 increased for most regions of Ukraine. During the period from 2013 to 2020, the value of the indicator "level of development of HC" decreased for those regions in which it was the highest and increased for those in which it was the lowest. That is, the differentiation of the values of this general indicator for the regions of Ukraine during the studied period decreased.

References:

- Golejewska A. (2012) Kapitał ludzki, innowacje i instytucje a konkurencyjność regionów, Centrum Europejskie Natolin, Warszawa.
- Gennaioli, N., La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., Shleifer, A. (2013) Human Capital and Regional Development. *The Quarterly Journal of Economics*. 2013, vol. 128, nr 1, 152–153.
- Schultz, Th.W. (1961) Investment in Human Capital. *American Economic Review*, 51(1), 1–17.
- Becker, G. (1962) Investment in Human Capital: A Theoretical Analysis. *The Journal of Political*, 66(2), 281–302.
- Grishnova, O.A., Brintseva, O.G. (2019) Formation of human capital in the field of health care: problems and directions of reduction fictification. *Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University. Series: Economy*. Volume 2. Issue 203. P. 11–16. [in Ukrainian]
- Hrynkevich, S (2015) The model of human capital development regulation based on taxonomic analysis. Socio-economic problems of the modern period of Ukraine: coll. of science Lviv Ave. Issue 1(111). P. 59–65. [in Ukrainian]
- Dolishnii M. (1997) Human capital, vocational training and social protection of the population (national and regional features). Socio-economic research in the transition period: issue II / M. Dolishnii, S. Zlupko. Lviv, pp. 8–18. [in Ukrainian]
- Kuzmin, O.E., Shakhno, A.Yu. (2018) Assessment of the level of development of human capital of Ukraine in the conditions of globalization. *Economy and the state*. No. 4. P. 7–11. [in Ukrainian]

9. Sadova, U.Ya., Stepura, T.M. (2017) The quality of human potential in methodological dimensions of the energy paradigm. *Regional economy*. No. 1(83). P. 90–97. [in Ukrainian]
10. Stefanyshyn, O.V., Lysiak, L.V., Kachula, S.V. (2020) Priority directions of financing human potential in the process of modernization of the economy of Ukraine. *Effective economy*. No. 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8187> (accessed 15.03.2023) [in Ukrainian]
11. Lysak, V.Y., Semendyak, V.M. (2018) Development of human capital: essence, problems and prospects. *Global and national economic problems*, Issue 21, 548–552. [in Ukrainian].
12. Grishnova, O.A. (2004) Labor economics and social-labor relations: Textbook. Kyiv: Knowledge, 535. [in Ukrainian]
13. Hrynkevich, S.S. (2015) Model of human capital development regulation based on taxonomic analysis. Socio-economic problems of the modern period of Ukraine: coll. of science Lviv, Ave1, (111), 59–65. [in Ukrainian]
14. Balcerzak, Adam P. (2016) Multiple-criteria Evaluation of Quality of Human Capital in the European Union Countries. *Economics and Sociology*, Vol. 9, No 2, 11–26. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/306018935> (accessed 22.04.2023).
15. Trzpiot, G. (2018) Regionalny wzrost gospodarczy a kapitał ludzki, *Grażyna Trzpiot, Wiadomości Statystyczne*, nr 8 (687), 65–78.
16. Nazarczuk, Jarosław Michał, Cicha-Nazarczuk, Marlena (2014) Zróżnicowanie kapitału ludzkiego w regionach Polski, *Zeszyty Naukowe, Ekonomiczne Problemy Usług*, Nr 114, Seria główna: nr 840, 189–200.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 343.98

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-19>**Іванков В.М.**кандидат економічних наук,
Науково-дослідна судово-експертна установа
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5513-4290>**Ivankov Volodymyr**
Forensic Research Institution

МОДЕЛЮВАННЯ СУДОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ЕКСПЕРТНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

У цій статті досліджується наукова проблема методичного забезпечення судово-економічної експертизи. Проаналізовано взаємозв'язок завдань судового експерта з точки зору пізнання криміногенних процесів, відображених у системі бухгалтерського обліку з методами експертизи. Сформовано методичний підхід і змодельовано систему способів, прийомів та методів, пов'язаних з алгоритмом вирішення поставленого завдання через процедури, що проводяться судово-економічним експертом. Підкреслюється наукова природа застосування методів експертного дослідження та їх взаємозв'язок з теоретичним обґрунтуванням використання відповідного інструментарію залежно від завдань, поставлених перед судовим економічним експертом. Практичними результатами моделювання експертного дослідження є створення додаткових інформаційних можливостей оцінки ефективності організації системи бухгалтерського обліку, дієвості його контрольної функції, а також виділення відновлювальної функції та формування довідково-аналітичних даних про реагування на протиправні дії відповідальних осіб.

Ключові слова: судова економічна експертиза, методологія, модель, система бухгалтерського обліку, процедури судової економічної експертизи.

MODELLING A FORENSIC ECONOMIC EXPERTISE

The article is devoted to the issue of developing a unified conceptual approach to the creation and adaptation of procedures and methods formalized to the object of forensic-economic expertise. The relevance of the research is determined by the need to systematize methods of forensic economic expertise adjusted to common or individual tasks that need to be solved during the pre-trial investigation or trial. The article analyzes the correlation between the tasks of a forensic expert as perception of the nature of criminogenic processes reflected in the system of accounting and methods of examination. The methodical approach was elaborated and the system of individual methods related to the algorithm of solving the problem of forensic economic expert through their procedures was modeled. Interaction of elements of the given model in the direction of their formalization presupposes the solution of individual forensic examination tasks, taking into account the nature of initial information about the object of forensic economic examination, its description on the basis of the formalized form. The proposed modeling of the expert examination process logically connects together the expert's tasks, methods and the theoretical basis for the application of relevant procedures that are aligned with the overall goal of forensic economic examination. The results of expert examination process are logically concluded in the expert's report. The presence of necessary condition to apply the proposed model of forensic economy expertise is proven, which include the creation of formalized description of the object branch of expertise - illegal (lawbreaking) activity and its reflection in the system of accounting. The main advantages of application of the forensic accounting model is creation of additional information possibilities to assess efficiency of the accounting system organization, efficiency of its control function as well as formation of restorative function and formation of reference and analytical data on reaction to unlawful actions of responsible persons. Practical results of application of methodological basis for construction of expert economic research taking into account the suggested scientific logic of its realization are new possibilities of generalization of practical activity of forensic experts in the area of research of economic offences, disclosure of potential of the whole set of instruments to perceive the object of forensic economic expert examination acquired by practice.

Keywords: forensic economic examination, methodology, model, accounting system, forensic economic examination procedures.

JEL Classification: M49

Постановка проблеми. В умовах складного стану економічного сектору України в період військової агресії РФ загострюються проблеми функціонування інституційних структур власності, який навіть за таких обставин супроводжується злочинами економічної спрямованості. Використанню інструментів протидії криміналізації в сфері економіки та формування доказової бази найважливіше місце належить судовій економічній експертизі. Більшість таких ек-

спертиз здійснюють підпорядковані Мін'юсту низка НДУСЕ, що охоплюють всі адміністративні області держави, для проведення судово-експертної діяльності згідно з правилами, визначеними нормативно-правовими актами. Про це свідчать і тенденції – зростання кількості економічних експертиз, проведених цими установами за останні три роки – у 2019–2021 роках НДУСЕ проведено 391 237 судових експертиз, у тому числі у 2019 році – 123 096, у 2020 році – 130 099 та

у 2021 році – 138042 експертизи [1]. Разом з тим, у середовищі судових експертів зростає розуміння того, що раніше відомі методичні підходи не завжди дозволяють якісно і у визначені терміни виконувати експертні дослідження, відчувається потреба у нових техніках роботи в умовах інформаційних технологій, адаптованих до реалій методологічних вказівок. Для вирішення сучасних завдань судово-економічної експертизи потрібні нові модифіковані під реактування на виявлення неправомірних дій економічної спрямованості універсальні моделі експертних досліджень. Вони мають відтворювати методичні конструкції, що дозволяють кваліфіковано використовувати інструментарій судового економічного експерта для якісного документування фінансово-господарської діяльності з ідентифікацією економічних злочинів, здійснювати професійну оцінку подібних дій. Це зумовило актуальність теми даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Оскільки економічні злочини та пов'язана з ними криміналізація економічних відносин в Україні перетворилися на загрозове явище для країни, яка перебуває у стані воєнного протистояння рф, дослідження щодо ефективних методик судової економічної експертизи стало предметом вивчення науковців і видатних фахівців в цій сфері. Наслідком низки досліджень методології та специфіки різних об'єктів судової економічної експертизи Євдокіменко С.В., які вчена узагальнила у своїй монографії [2] стало розкриття змісту методів судово-економічної експертизи в сучасних умовах господарювання та закономірності їх розвитку при дослідженні різних об'єктів. Базуючись на концептуальних засадах застосування у експертних методиках специфічних, властивих тільки економічним експертизам прийомів і способів дослідження, описаних фундаторами експертної науки Білухою М.Т. [3, с. 27–46], Муміновою-Савіною Г.Г. [4, с. 13–18], Камликом М.І. [5] і продовжених Сімаковою-Єфремян Е. [6], Хомутенко В.П., Хомутенко А.В. [7, с. 80–88] та іншими науковцями-практиками, дозволило сформулювати базовий підхід до вирішення питання теоретичного моделювання проведення експертних досліджень економічних злочинів. Необхідність вивчення та розробки цього питання дало можливість вибудувати теоретичне підґрунтя для побудови конструктивної моделі дослідження об'єктів судової економічної експертизи, що на сьогоднішній день є актуальним питанням.

Метою даної роботи визначено дослідження сутності та змістовного наповнення моделювання процесу виконання судово-економічної експертизи з урахуванням розвитку інструментарію діяльності судово-економічних експертів та здатності до їх конструктивного використання в умовах динамічно плинного нормативно-правового середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблема формалізації стосовно процесу виконання економічної експертизи неординарна за своєю суттю і постановкою через взаємовпливи багатьох факторів на його результат [8, с. 245–246]. Оскільки висновки, сформовані в процесі експертного економічного дослідження здаються логічно бездоганними, вони можуть бути анульовані або трансформовані в результаті впливу інших доказів та аргументів під час суду, а визначені передумови – джерелами інших доказів [9, с. 109–112].

Разом з тим, можна з упевненістю стверджувати, що формалізація висновків та побудова уніфікованих схем їх складання є перспективним напрямком розвитку теорії експертних досліджень щодо системи бухгалтерського обліку [10]. Наша впевненість ґрунтується на об'єктивному існуванні будь-якого теоретичного узагальнення практики на рівні закономірності її розвитку.

Разом з тим формалізація процесу повинна проводитись зважаючи на усі елементи теоретичних засад. Це – єдиний напрямок, пов'язаний спільністю різних елементів наукового пізнання та самим формалізованим підходом. Формалізація положень вимагає розвитку понятійного апарату, є джерелом розробки прийнятних та адаптованих методів наукового дослідження до практики експертних дій. Формалізація показує напрямок, за яким необхідно рухатись задля досягнення бажаного результату – формування єдиної структури теоретичних конструкцій економічної експертизи [11, с. 12–14]. Слід також зазначити, що формальні методи наукового дослідження та практичної діяльності сприяють структуруванню отриманих результатів та формалізації розроблених на їх основі теоретичних положень.

Разом з тим констатуємо варіативність подібних змодельованих конструкцій експертного дослідження, які не виключають пошуку інших, оптимальних шляхів досягнення кінцевого результату. Тому в запропонованій деталізованій моделі представлено загальну структуру розвитку теоретичних основ економічної експертизи та змодельовані джерела, що становлять основу уніфікації теоретичних конструкцій.

Певні вихідні передумови формуються на основі сутності судової експертизи системи бухгалтерського обліку через формалізацію її змісту шляхом узагальнення та об'єднання теоретичних положень у єдину конструкцію. Ця конструкція залежить від сформульованих завдань, які має дослідити судовий економічний експерт [12, с. 85]. Все це вимагає конкретності та ясності з таким мінімальним рівнем, який визначатиме глибину пояснення теорією фактів, явищ і процесів, що відбувались і встановлюються відповідно до завдання експерта. На нашу думку, показниками точності виконання завдання виступатимуть умови постановлених завдань розслідування економічних правопорушень у сфері бухгалтерського обліку.

Пропонований спосіб формалізації може бути основою, що дозволяє змодельовати процес розвитку експертної економічної теорії. Суть формалізації полягає у широкому використанні у структурі теоретичних положень, що включають абстрактні формалізовані процедури оперування об'єктами судової експертизи. Ці процедури мають бути засновані на методах та алгоритмах вирішення індивідуальних завдань, поставлених перед експертом-економістом питань на основі дослідження окремих сторін та елементів об'єкта експертних досліджень системи бухгалтерського обліку.

Сформульовані формалізовані конструкції становлять основу системи експертної економічної теорії, об'єднаної в цілісну послідовну конструкцію (рис. 1).

Уточнюємо, що моделювання відображає не структуру теорії економічної експертизи, а напрями її розвитку у бік формалізації змісту відповідно до індивідуальних завдань, отриманих судовим експертом.

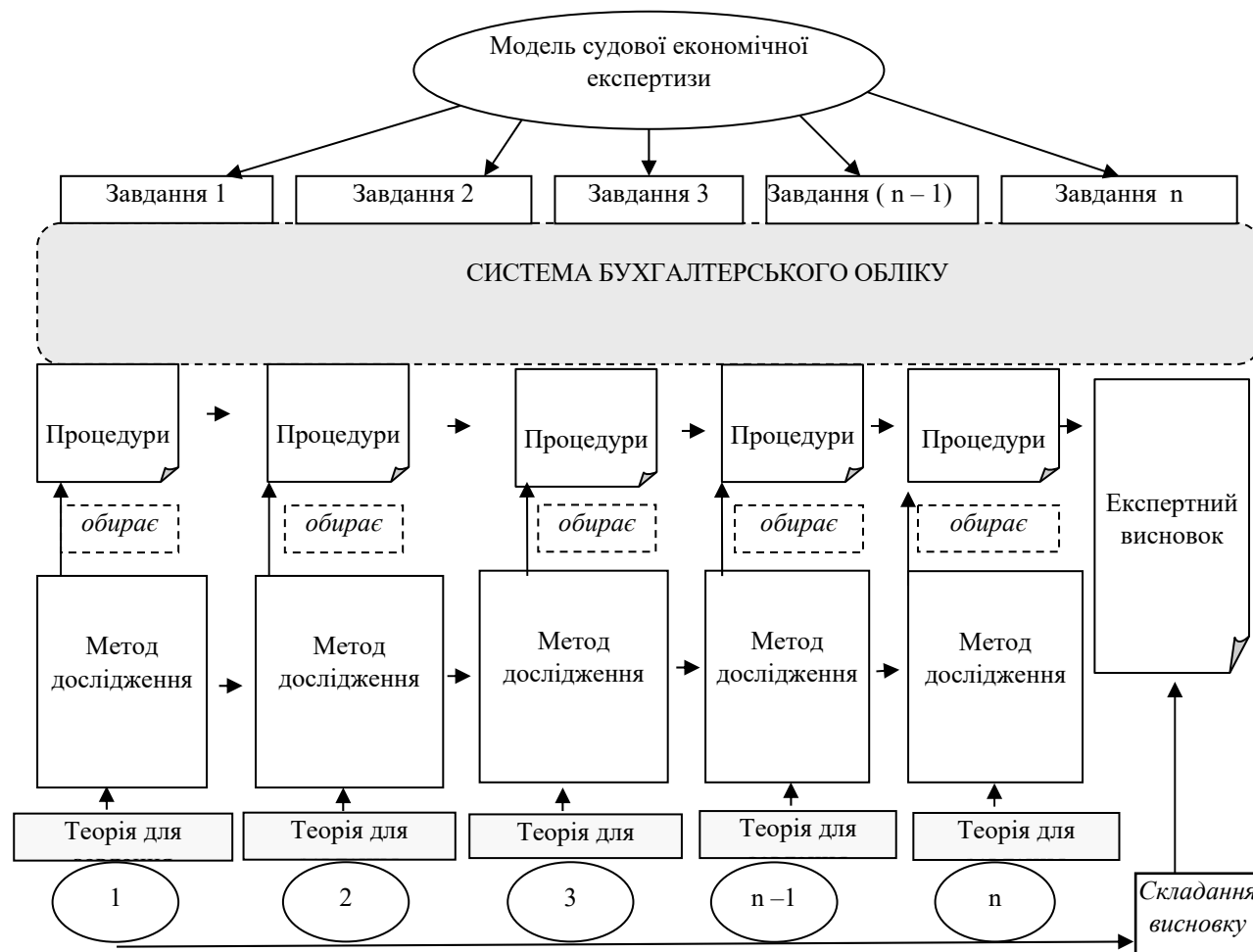


Рис. 1. Моделювання застосування формалізованих процедур в процесі виконання судової економічної експертизи

Основу запропонованого бачення проблеми становить теза про відображення через теоретичний інструментарій способу вирішення конкретних практичних завдань, що охоплюються предметом науки судової економічної експертизи [13, с. 247–255].

У цьому випадку судово-економічна теорія експертизи формуватиметься за рахунок вихідних положень, що являють собою прикладну частину науки: методи, способи, процедури і алгоритми вирішення типових завдань, що виникають у практиці вирішення поставлених питань.

Призначення такої теорії конструкції дозволить структурувати і консолідувати систему практичних завдань, деталізуючи їх структуру та підвищуючи точність їх вирішення за рахунок пояснення нових фактів, обставин та виявлення закономірностей, що існували між ймовірним економічним злочином та системою відображення фактів діяльності підприємства, що становлять природу предмета судової економічної експертизи.

Приєднуємось до думки про цілковиту застосовність подібних прийомів для методів практичної діяльності щодо вирішення поставлених перед економічною експертизою питань [14]. Виділення типових завдань із загальної структури пізнання природи криміногенних процесів, які обов'язково відображені засобами бухгалтерського обліку в його системі реєстрів, формує систему індивідуальних методів, за допомогою яких

вирішуються питання експертом-економістом. Разом з тим, кожен сформований метод буде алгоритмом рішення поставленого завдання. Формалізація цього полягає у фіксації його форми через процедури, які проводить судовий експерт.

Тому розробка, і навіть деталізація методів розв'язання індивідуальних завдань є взаємодія елементів даної моделі в напрямку їх формалізації.

Слід підкреслити, що існує явно виражена закономірність: будь-який формалізований метод потребує вихідної інформації та належним чином сформульованого і структурованого опису предметної області, до якої він застосовується. Таке структурування також має проводитися з урахуванням систематизації практичних завдань.

На жаль, у системі судово-економічних експертних досліджень не проведено систематизацію методів, зкорельованих за загальними чи індивідуальними завданнями, які потребують вирішення під час досудового слідства чи під час суду. На наш погляд, це пов'язано з тим, що для вирішення цієї проблеми відсутній єдиний концептуальний підхід створення та адаптації формалізованих до об'єкта судово-економічної експертизи процедур та методів. У концепції мають бути визначені основні принципи, на які спиратиметься представлена система, коло завдань, які слід вирішувати за її допомогою та основні напрямки застосування.

Вирішення цієї проблеми є найбільш актуальним завданням наукових досліджень. Безумовно, цю проблему можна вирішити шляхом безпосереднього аналізу матеріалів практики. Однак, при використанні практичних матеріалів, які становлять очевидні факти щодо конкретної справи, потрібно через виявлення спільних підходів поєднати інтуїтивно-індуктивне узагальнення фактів з досвідом практичної експертної діяльності.

Найчастіше практичний матеріал опосередкований моделлю, яка обрана як об'єкт дослідження. І саме змістовне наповнення моделі є предметом наукового аналізу, а елементи моделі – його одиницею. Тому можливість виділити те чи інше завдання у процесі наукового дослідження визначається, в тому числі, і використовуваною моделлю, а також її реалізаційними можливостями за елементами. У цьому можна дійти невтішного висновку, що опосередкованість наукового пізнання визначається характером застосовуваної ідеалізованої моделі.

Разом з тим, для об'єкта теорії судово-економічної експертизи досить характерна теза, яка полягає в тому, що чим більший ступінь формалізації об'єкта, тим меншу кількість реальних завдань можна описати за допомогою збудованої деталізованої моделі. Причому ступінь формалізації кожного завдання в рамках цієї моделі, її форми та структури залежатиме від використовуваних методів. У той самий час застосування варіативності та відхиленнь від формалізованої конструкції методології судової експертизи потягне за собою зниження відповідності щодо вихідних даних для складання експертного висновку.

Для використання деталізованої схеми потрібен числовий або функціональний опис завдання, а оскільки такого ступеня формалізації об'єкта досягти можна далеко не завжди, їх застосування, навіть в наукових цілях під час судово-економічної експертизи досить обмежене і іноді не має в кінцевому підсумку визначального характеру взаємодії її елементів.

У свою чергу наукові методи вимагають виділення якісних ознак у структурі аналізованого явища або процесу, відображеного в системі бухгалтерського обліку. Тому вони ширше використовуються у процесах наукового аналізу.

Отже, застосування менш формалізованих методів сприятиме розширенню сфери завдань, які можна вирішити за їх допомогою. Це пояснює причини застосування та адаптації до судової економічної експертизи методів, що містять менший ступінь формалізації у постановці завдання та застосовуваному інструментарії. Відповідно з цим визначаються і подальші перспективи, які перебувають у максимальному виявленні галузі застосування формалізованих методів, описів формалізованого порядку постановки завдань, визначенні методології та методики їх вирішення для цілей судової економічної експертизи.

Проведення такої роботи має спиратися на такий фактор, як характер вихідної інформації про об'єкт судової економічної експертизи, його опис, що відображає початкові умови завдання. Опис об'єкта експертного дослідження, на нашу думку, дозволить сформулювати необхідні концептуальні положення. У зв'язку з цим припустимо поставити умову, яка може бути виражена наступним чином: сукупна вихідна інформа-

ція може бути основою для розробки системи формалізованих методів тільки в тому випадку, якщо вона має формалізовану форму.

Тому основною метою формалізації теоретичних основ судової економічної експертизи щодо завдань сфери бухгалтерського обліку є створення формалізованого опису об'єктної галузі судової економічної експертизи. Тут потрібно виокремити дві частини, які відображені в бухгалтерському обліку і взаємодіють – фінансово-господарська діяльність та незаконна (протиправна) діяльність, що може бути охарактеризована як злочинна [15, с. 101]. Особливу цінність набуває моделювання можливого використання різнобічних методів і прийомів, які могли б розкрити різне змістовне наповнення зазначених видів діяльності. Це дозволяє забезпечити гнучкість моделі судової економічної експертизи, в якій застосування методів пов'язане з визначенням теоретичних засад за формалізованими завданнями, що мають необхідний ступінь сприйняття аномалій, що виникають або існують на підприємстві і відображені системою бухгалтерського обліку.

Разом з тим така формалізація завдання через теоретизацію методів дослідження встановлює граничні рамки допустимості, прийнятності як щодо постановки питань, так і використовуваних процедур та способів задля отриманої інформації. Саме вона відображає смисловий та нормативний зрізи моделі в контексті її застосування. Іншими словами, вона виявляється у необхідності формування такої структури моделі об'єкта судової економічної експертизи, яка б містила можливість наукового дослідження. Подібний опис стане основою розробки системи концептуальних положень побудови процесу експертизи.

Розмежування об'єкта судової експертизи у вигляді взаємодії звичайної та аномально-протиправної, злочинної почали розглядати ще на початку зародження судової бухгалтерської експертизи [16]. Надалі ця концепція набула розвитку в роботах Г.А. Матусовського [17, с. 8-14], О.Г. Кальман [18] та ін. В основному, фахівці розглядають об'єкт судово-економічної експертизи на межі взаємозв'язку та взаємодії звичайної господарської діяльності з незаконною, де бухгалтерські записи, документи є основним об'єктом і джерелом інформації [19, с. 559].

Проведений аналіз матеріалів судової економічної експертизи свідчить, що спроби опису одного з названих видів діяльності неминуче призводять до факту взаємодії його з іншим, оскільки протиправна діяльність відображається в обліковій системі разом з іншими фактами фінансово-господарської діяльності. Тому односторонній розгляд одного із видів діяльності у процесі судового експертного дослідження є недоцільним.

В обґрунтування потреби дослідження усієї фінансово-господарської діяльності, а не пошуках лише фактів незаконної діяльності покладено умову, за якої обсяг усієї судової економічної експертизи відповідно до описаної на рис 1 моделі за своїм формалізованим підходом охоплюватиме всю систему бухгалтерського обліку, отже, і всю фінансово-господарську діяльність, яку облік відображає. Нами застосоване схематичне спрощення об'єкта дослідження прийняте задля наочності конструкції моделі, а не через відмову від кон-

цепції єдності фінансово-господарської та протиправної діяльності.

Взаємодія фінансово-господарських операцій та операцій з правопорушеннями, а також інтеграція інформаційної та контрольної функцій бухгалтерського обліку дозволяє стверджувати про наявність елементів, що впливають із загальних властивостей обліку сприятливих законності. Якщо під виглядом чи в процесі здійснення господарської діяльності відбуваються будь-які протиправні дії, то в системі бухгалтерського обліку спрацьовують інформаційні індикатори відхилення. У разі належної організації облікового процесу така інформація буде сприйнята та затребувана відповідними підрозділами системи управління під час здійснення контрольної діяльності, що дозволить своєчасно виявити факти економічних та податкових правопорушень.

Отже, захисні функції облікового процесу проявляються при взаємодії господарської діяльності з протиправною. Тому під захисними функціями, що забезпечують охорону майнових інтересів власника, зовнішніх інвесторів та держави, необхідно розуміти здатність системи бухгалтерського обліку ідентифікувати відхилення та адекватно відображати факти протиправної діяльності економічної спрямованості. Це, в свою чергу, дозволяє своєчасно на них реагувати.

Серед основних функцій, притаманних експертизі, стосовно події економічного злочину, виділяються інформаційна, контрольна та превентивна [20, с. 16]. Під інформаційною функцією розуміється здатність облікового процесу в результаті взаємодії з подією економічного злочину акумулювати у своєму інформаційному середовищі різноманітні ознаки і сліди протиправних дій. Сутність контрольної функції полягає у здатності контрольної підсистеми обліку своєчасно виявляти та використовувати наявну в даних обліку інформацію про економічні правопорушення. За умови функціонування в обліковому процесі цих двох функцій, вони виступають стримуючим фактором для осіб, які мають намір вчинити злочинні дії.

На наш погляд, в умовах сучасного протистояння економічного криміналу та правоохоронних органів, коли правопорушниками вживаються максимальні заходи до приховування або знищення в критичний момент економічної інформації, яка перебуває як на паперових, так і на цифрових носіях, доцільно виділити ще одну функцію експертизи, яку вона виконує по відношенню до облікового процесу – відновлювальну. На жаль, у наукових дослідженнях та практиці економічної експертизи ця функція не розглядається та не враховується. Тим не менш, як ми вважаємо, дана функція дає можливість за допомогою економічних, документальних та облікових даних, що утворюються в системі економічної інформації, у більшості випадків не тільки відновити облікові дані щодо скоєних господарських операцій, а й визначити результати впливу на них злочинної діяльності.

Взаємна узгодженість інформаційного та контрольного аспектів обліку визначає реальний стан функцій судової експертизи та їх опосередкований вплив на обліковий процес. У практичній діяльності виникають ситуації, коли наявна в даних бухгалтерського обліку інформація про економічні правопорушення з вираженими обліково-криміналістичними свідченнями не

виявляється системою внутрішнього контролю підприємства. У той же час наявні перекручення (навмисні або ненавмисні) інформаційної бази обліку не дозволяють контрольним функціям обліку скористатися своєю перевагою виявляти облікові невідповідності та ідентифікувати відповідальних за них. Подібні ситуації згодом стають предметом розгляду правоохоронних органів та об'єктом дослідження судової економічної експертизи.

Посадові особи суб'єктів господарювання, які мають намір вчинити протиправні дії, пов'язані з системою бухгалтерського обліку, у всіх випадках попередньо оцінюють реальний стан захисних функцій обліку конкретної господарської ділянки або об'єкта. У такому контексті відображенню бухгалтерським обліком протиправних дій передують адекватна реакція – оцінка очікуваних наслідків в інформаційній та контрольній підсистемах обліку з боку порушників на спосіб здійснення протиправних дій. В результаті правопорушниками обирається така господарська операція (або операції), яка менш за інших захищена засобами обліку та внутрішнього контролю та є вразливою для злочинних дій.

При всебічно організованому підході до скоєння економічного чи податкового злочину через шахрайські дії навмисно надається такий вид документування, який сприяє відображенню у системі обліку протиправної дії як звичайної операції. У разі наявних недоліків в організації та методології обліку, які створюють сприятливі умови для скоєння правопорушень, стають ознаками злочинів економічної спрямованості.

У спеціальній та науковій літературі, присвяченій проблемам дослідження протиправних дій у системі бухгалтерського обліку, прийнято виділяти два види інформації, що формується при взаємодії протиправної діяльності з обліковим процесом. До першого виду відносять бухгалтерську інформацію щодо достовірного відображення господарської діяльності та її результатів у бухгалтерському обліку та звітності. Другий вид інформації охоплює дані про протиправну діяльність, яка також так чи інакше знаходить своє відображення в обліковому процесі [21, с. 7].

У сучасних умовах реалії практичної діяльності, а також процесів, пов'язаних з удосконаленням системи внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту, зумовлює потенційну можливість щодо виділення ще одного виду інформації – довідково-аналітичної. Під такою інформацією ми розуміємо додаткові дані та відомості, що формуються під впливом правопорушень на обліковий процес та наявні у третіх осіб (аудиторські фірми, податкові органи тощо). Крім того, до такого виду інформації слід відносити оперативні дані органів внутрішніх справ, отримані за протиправними діями економічного спрямування з різних джерел – заяви громадян, відомості засобів масової інформації та ін.

У результаті розробки теоретичних аспектів експертизи у системі бухгалтерського обліку чітко виділяються два підходи – економічний та криміналістичний. Однак у ряді випадків ми виявляємо певну тенденційність, що виражається в домінуванні того чи іншого підходу щодо теоретичних проблем розвитку економічної експертизи. Подібна тенденційність створює певні труднощі та бар'єри при формалізації об'єкта дослідження.

Встановлюючи детермінацію економічних злочинів, економічна експертиза, на наш погляд, дозволяє вдосконалювати фінансово-економічні відносини суб'єктів господарювання, сприяти виявленню та попередженню злочинів в економічній сфері. У зв'язку з цим, на нашу думку, актуалізуються питання виявлення та ідентифікації методологічних та методичних особливостей виробництва економічної експертизи в умовах сучасних технологій облікового процесу.

Висновки. Трансформація теоретико-методологічних положень судової економічної експертизи супроводжується розвитком її інструментарію у вигляді прийомів і способів дослідження, а також їх сукупності відносно нових об'єктів. Це, в свою чергу зумовлює наукову розробку та практичну адаптацію методів експертного дослідження, які взаємопов'язані з його завданнями. Використовуючи базові засади наукових досліджень, пов'язаних з проблемами методології судової економічної експертизи, автором було запропоновано моделювання процесу виконання судово-економічної експертизи з урахуванням змістовного наповнення його інструментарію. В конструктивній схемі змодельованого процесу експертного дослідження логічно взаємопов'язані між собою завдання експерта, методи та узгоджені з загальною метою судової економічної експертизи теоретичних засадах застосування відповідних процедур. Результати процесу експертного дослідження набувають логічного завершення у висновку експерта.

Як наслідок застосування моделювання експертного дослідження актуалізуються інформаційні можливості впливу на систему бухгалтерського обліку через виділення його відновлювальної функції та формування довідково-аналітичних даних про реагування на протиправні дії відповідальних осіб.

Методологія експертного дослідження, яка враховує запропоновану наукову логіку його проведення, відображає потреби теоретичного узагальнення практичної діяльності судових експертів в сфері дослідження економічних правопорушень та розкриває потенціал всієї сукупності набутих практикою інструментів пізнання об'єкту судової економічної експертизи.

Методологія експертного дослідження, яка враховує запропоновану наукову логіку його проведення, відображає потреби теоретичного узагальнення практичної діяльності судових експертів в сфері дослідження економічних правопорушень та розкриває потенціал всієї сукупності набутих практикою інструментів пізнання об'єкту судової економічної експертизи.

Список використаних джерел:

1. Звіт про результати аудиту ефективності управління науково-дослідними установами судових експертиз Міністерства юстиції України, що має фінансові наслідки для державного бюджету: Рішення Рахункової палати від 23.12.2022 № 28-1. URL: <https://www.rp.gov.ua/FinControl/!FinResolutions/?id=1336> (дата звернення: 25.06.2022).
2. Євдокіменко С.В. Теорія і практика судово-економічної експертизи : монографія. Харків : Панов, 2016. 540 с.
3. Білуха М.Т. Судово-бухгалтерська експертиза : підручник. Київ : Видавнича компанія «Воля», 2004. 656 с.
4. Мумінова-Савіна Г.Г. Судово-бухгалтерська експертиза. Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни. Київ : КНЕУ, 2004. 268 с.
5. Камлик М.І. Судова бухгалтерія. Підручник. Вид. 4-те, доп. та перероб. Київ : Атіка, 2003. 592 с.
6. Сімакова-Єфремян Е.Б. Загальна теорія судової експертизи як основа методології проведення комплексних судово-експертних досліджень. *Вісник Академії правових наук України*. 2006. № 3(46). С. 225–235.
7. Хомутенко В.П., Хомутенко А.В. Теоретичні аспекти економічних втрат українських підприємств унаслідок військової агресії Російської Федерації як предмету судово-економічної експертизи. *Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління : електронне наукове видання : збірник*. 2022. № 3 (21) червень. Київ : Видавництво Ліра-К. С. 79–90.
8. Свобода С.Ю. Рецензування висновків експерта: поняття та сутність. *Наукове забезпечення досудового розслідування: проблеми теорії та практики: зб. тез доповідей V Всеукр. наук.-практ. конф.* Київ : Нац. акад. внутр. справ, 2016. С. 244–247.
9. Федчишина В. Рецензування висновків судових експертів – метод внутрішньовідомчого контролю управління експертного забезпечення правосуддя України. *Економіка та держава*. 2014. № 9. С. 109–112.
10. Зеленецький В.С., Глинская Н.В. Теория и практика обоснования решений в уголовном процессе Украины. Харьков : Страйд, 2006. 336 с.
11. Segeth W. *Materialistische Dialektik als Methode*. Berlin, 1977.
12. Чеберяк П.П. Завдання судових експертиз при розкритті й розслідуванні злочинів, вчинених в економічній сфері України. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2013. Вип. 10. С. 85.
13. Базась М.Ф. Теоретико-методологічні засади судово-бухгалтерської експертизи. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : МАУП, 2007. С. 247–255.
14. Лозовий А.І., Сімакова-Єфремян Е.Б. Шляхи вирішення проблем науково-методичного забезпечення експертної діяльності в Україні. *Теорія та практика судової експертизи і криміналістики*. Харків, 2015. Вип. 15. С. 149–156.
15. Лаговська О.А., Грабчук, І.Л. Трофімов, А.В. Дослідження економічних злочинів за участю бухгалтерів: питання класифікації. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 1 (103). С. 99–104. DOI: <https://doi.org/10.26642/jen-2023-1>
16. Владимиров Л. Учение об уголовных доказательствах. Особенная часть. Книга первая. Личный судейский осмотр и заключения экспертов. Харьков : Изд.книжн. магаз. Д.Н. Полуехтова, 1886. 136 с.
17. Магусовский Г.А. Экономические преступления: криминалистический анализ. Харьков : Консум, 1999. 480 с.
18. Кальман О.Г. Стан і головні напрямки попередження економічної злочинності в Україні: теоретичні та прикладні проблеми. Монографія. Харків : Гімназія, 2003. 352 с.
19. Хомутенко О.В., Кудряшова С.В. Про предмет і об'єкт судової економічної експертизи. *Теорія та практика судової експертизи і криміналістики*. 2010. Вип. 10. С. 553–561.
20. Решетов В.О. Судово-бухгалтерська експертиза. Навч.-метод. посібник для студ. ВНЗ. Кіровоград : Імекс ЛТД, 2002. 75 с.
21. Редько А.Ю. Методы и процедуры в аудиторской практике. Практ. пособие. Київ : НЦУА, 2011. 24 с.

References:

1. Report on the results of the audit of the effectiveness of management of research institutions of the Ministry of Justice of Ukraine, which has financial implications for the state budget: Decision of the Accounting Chamber of 23.12.2022 No. 28-1 Retrieved from <https://www.rp.gov.ua/FinControl/!FinResolutions/?id=1336> [in Ukrainian]

2. Yevdokimenko, S.W. (2016). *Theory and practice of forensic economic examination*. Kharkiv: Panov. [in Ukrainian]
3. Bilukha, M.T. (2014). *Forensic accounting examination*. Kyiv: Volia Publishing Company. [in Ukrainian]
4. Muminova-Savina, G.G. (2004). *Forensic accounting expertise*. Kyiv: KNEU. [in Ukrainian]
5. Kamlyk M.I. (2003). *Forensic accounting*. Kyiv: Atika. [in Ukrainian]
6. Simakova-Efremian E.B. (2006). General theory of forensic examination as a basis for the methodology of conducting complex forensic research. *Bulletin of the Academy of Legal Sciences of Ukraine*, 3(46), 225–235. [in Ukrainian]
7. Khomutenko, V.P., Khomutenko, A.V. (2022). Theoretical aspects of economic losses of Ukrainian enterprises as a result of military aggression of the Russian Federation as a subject of forensic economic examination. *Expert: paradigms of legal sciences and public administration: electronic scientific publication: a collection*, 3(21), 79–90. [in Ukrainian]
8. Svoboda, Y.Yu. (2016). Reviewing expert opinions: concept and essence. *Scientific support of pre-trial investigation: problems of theory and practice: collection of abstracts of the V All-Ukrainian scientific and practical conference*. Kyiv: National Academy of Internal Affairs, 244–247. [in Ukrainian]
9. Fedchishina, V. (2014). Reviewing the conclusions of forensic experts – a method of intra-departmental control of the Department of Expert Support of Justice of Ukraine. *Economy and State*, 9, 109–112. [in Ukrainian]
10. Zelenetskyi, V.S., Hlynska, N.V. (2006). *Theory and practice of justification of decisions in the criminal process of Ukraine*. Kharkiv: Stride. [in Ukrainian]
11. Segeth, W. (1977). *Materialistische Dialektik als Methode*. Berlin
12. Cheberiak, P.P. (2013). Tasks of forensic examinations in the detection and investigation of crimes committed in the economic sphere of Ukraine. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*, 10, 85–91. [in Ukrainian]
13. Bazas, M.F. (2007). *Theoretical and methodological foundations of forensic accounting expertise*. Kyiv: MAUP [in Ukrainian]
14. Lozovyi, A.I., Simakova-Efremian, E.B. (2015). Ways to solve the problems of scientific and methodological support of expert activity in Ukraine. *Theory and practice of forensic examination and criminalistics*, 15, 149–156. [in Ukrainian]
15. Lagovska O.A., Grabchuk, I.L., Trofimov, A.V. (2023). Research of economic crimes involving accountants: issues of classification. *Economics, management and administration*, 1(103), 99–104. DOI: <https://doi.org/10.26642/jen-2023-1>
16. Vladimirov, L. (1886). *Uchenie ob ugovnykh dokazatelstvakh. Osobennaya chast. Kniga pervaya. Lichnyy sudeyskiy osmotr i zaklyucheniya ekspertov* [The doctrine of criminal evidence. The special part. Book 1. Personal judicial examination and expert opinions]. Kharkov: Izd. knizhn. magaz. N. Poluekhtova.
17. Matusovskii, G.A. (1999). *Ehkonomicheskie prestupleniia: kriminalisticheskii analiz*. Kharkov: Konsum.
18. Kalman, O.G. (2003). *State and main directions of prevention of economic crime in Ukraine: theoretical and applied problems*. Kharkiv: Gymnasium. [in Ukrainian]
19. Khomutenko, O.V., Kudryashova, S.V. (2010). On the subject and object of forensic economic expertise. *Theory and practice of forensic examination and criminalistics*, 10, 553–561. [in Ukrainian]
20. Reshetov, V.O. (2002). *Forensic accounting examination*. Kirovograd: Imex LTD [in Ukrainian]
21. Redko A.Yu. (2011). *Methods and procedures in audit practice*. Kyiv: NCAA. [in Ukrainian]

UDC 631:336.2:336.64:347.73

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-20>**Savchenko Vira**PhD, Professor,
Kherson State Agrarian and Economic University, Kropyvnytskyi
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2496-2525>**Kononenko Lesia**PhD, Associate Professor,
Kherson State Agrarian and Economic University, Kropyvnytskyi
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5698-5003>**Gai Oleksandr**PhD, Associate Professor,
Central Ukrainian National Technical University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5236-6931>**Савченко В.М., Кононенко Л.В.**

Херсонський державний аграрно-економічний університет, м. Кропивницький

Гай О.М.

Центральноукраїнський національний технічний університет

TAXATION OF AGRICULTURAL PRODUCERS: STATE, PROBLEMS AND PROSPECTS

The article is devoted to researching the current state, clarifying problems, and developing directions for optimizing the taxation of agricultural commodity producers. It has been proven that the agricultural producer in Ukraine is mostly represented by small business entities. It was emphasized that when implementing the minimum tax obligation, it is necessary to balance the interests of the state and taxpayers producing agricultural products on their own lands. The publication substantiates the directions for ensuring the conditions for optimizing the application of the general system of taxation by agricultural commodity producers, taking into account the specifics of agricultural commodity producers under the conditions of creating incentives for the introduction of innovative technologies and technological development. The peculiarities, advantages, and disadvantages of the application of the minimum tax liability are considered, and directions for its optimization are determined.

Keywords: minimum tax liability, income tax, tax legislation, financial reporting, innovation, land use, small business entities.

JEL classification: Q10, K34, H25, H30

ОПОДАТКУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ТОВАРОВИРОБНИКІВ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Стаття присвячена дослідженню сучасного стану, з'ясуванню проблем і розробці напрямів оптимізації оподаткування сільськогосподарських товаровиробників. Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою загальнонаукових методів дослідження, а саме: аналізу, систематизації та узагальнення. Методологічною і теоретичною основою дослідження слугували положення економічної теорії, теорії управління, ідеї та положення, викладені у державних нормативно-правових документах України з проблем оподаткування сільськогосподарських товаровиробників. У статті доведено, що сільськогосподарський товаровиробник в Україні здебільшого представлений малими суб'єктами господарювання, які, на відміну від великих агроформвань, орієнтовані на внутрішній ринок, забезпечують продовольчу безпеку країни, підвищують стандарти життя населення у сільській місцевості. Зазначено, що саме малі сільськогосподарські суб'єкти господарювання мають суттєві проблеми матеріально-технічного, кадрового забезпечення, високу собівартість продукції, відсутність ринків збуту тощо. Акцентовано увагу, що при впровадженні мінімального податкового зобов'язання є необхідним забезпечити збалансування інтересів держави і платників податків, що здійснюють виробництво сільськогосподарської продукції на власних землях. При оподаткуванні сільськогосподарських товаровиробників необхідно стимулювати інноваційну складову розвитку. У публікації обґрунтовано напрями забезпечення умов оптимізації застосування загальної системи оподаткування сільськогосподарськими товаровиробниками з врахуванням специфіки аграрного товаровиробників за умов створення стимулів впровадження інноваційних технологій та технологічного розвитку. Розглянуто особливості, переваги та недоліки застосування мінімального податкового зобов'язання, визначено напрями його оптимізації. Перспективи подальших досліджень полягають у з'ясуванні проблемних моментів оподаткування сільськогосподарських товаровиробників в умовах впровадження мінімального податкового зобов'язання та розробці напрямів їх подолання.

Ключові слова: мінімальне податкове зобов'язання, податок на прибуток, податкове законодавство, фінансова звітність, інновації, землекористування, малі суб'єкти підприємництва.

Formulation of the problem. The principle of universality of taxation was formulated quite clearly by a well-known North American political figure Benjamin Franklin – «Nothing is certain except death and taxes». The existence of any economic entity throughout its

life cycle is connected with the payment of taxes. There are certain peculiarities of the functioning of agrarian business, which is due, first of all, to the high risks of agricultural activity (dependence on natural and climatic conditions, the specifics of the use of biological assets,

etc.), the diversity of biological objects, the complexity of technological processes, and the distribution of controlled parameters over a large area. Agriculture is an extremely important sector of any country, and for Ukraine, it is a guarantor of food security and a factor in the preservation and development of rural areas, and an important item of export earnings. Such features should be taken into account as much as possible when forming and optimizing the taxation mechanism implemented in most countries of the world. In the conditions of European integration and against the background of the consequences of Russian aggression, it is necessary to define and implement measures aimed at improving the taxation system of agricultural commodity producers, which will ensure the activation of taxation functions and will contribute both to the filling of the budget and the development of agriculture. These circumstances determined the thematic and target focus of the research.

Analysis of recent research and publications. Problems of taxation of agricultural producers are constantly at the center of the attention of scientists. T.P. Dobrunik and O.V. Radova (as well as most other researchers) rightly point out that the peculiarities of agribusiness determine the need to consider them when forming an effective taxation system. Most European countries implement various state support for agricultural producers in the field of taxation. Researchers from Azerbaijan N. Babayev, Y. Hakimova, and A. Huseynova note that the creation of a favorable tax environment should ensure an increase in the efficiency of the agrarian business, which in turn will lead to an improvement of the main economic indicators. In Azerbaijan, tax legislation in agriculture is focused primarily on the application of the income taxation system, while land taxation performs the function of equalizing the conditions of agricultural activity. In our opinion, the direction of development of the agribusiness taxation system based on the creation of a system for monitoring the effectiveness of the use of various tax incentives by enterprises is interesting for Ukraine [1].

N. Shalimova (2019) researched the priorities of regional development in the taxation of agricultural producers. This author proved the need to expand the powers of local self-government bodies, local authorities, and territorial communities to establish local taxes and fees and develop a mechanism for tax incentives that will contribute to the activation of innovative activities and the development of agriculture. In addition, this author emphasizes the need to adjust the procedure for allocating budget funds for state support to agricultural producers [2]. The works of O. Mahopets are devoted to the issue of optimizing the tax burden of agricultural producers under the conditions of applying a simplified taxation system [3]. In the work of N. Shalimova, O. Mahopets and A. Bosenko, the manifestation of integration processes is defined and the approaches to their consideration in the process of development and reform of the mechanism of management of taxation of agricultural commodity producers are substantiated. The authors' position regarding the need to consider harmonization processes in the context of European integration of legislation in the field of taxation of agricultural commodity producers as a process of joint agreement and adoption of unified conceptual approaches is interesting. According to the authors, harmonization is not an end in itself, but a tool for the formation of an

effective mechanism of taxation of agricultural producers in Ukraine [4].

Research by O. Sarapina and O. Yeremian is devoted to the peculiarities and problems of taxation in the agricultural sector. The authors, based on the analysis of the advantages and disadvantages of the application of a single tax of the IV group, developed directions for optimizing the mechanism of taxation of agricultural enterprises [5]. Works of S.M. Homovij are aimed at research and improvement of organizational and management aspects of the taxation of agricultural enterprises [6].

Scientists to the problems of implementation of taxation functions pay considerable attention today during martial law. In particular, M. Durman believes that both the experience of state regulatory mechanisms and the application of new regulatory mechanisms in taxation «will become the «driver» of economic recovery both during martial law and the post-war period» [7]. S.S. Ignatenko reveals the peculiarities of the functioning of the simplified taxation system in the conditions of martial law, identifies the problematic aspects of its application, and examines the simplified taxation system as a tool for economic recovery in the post-war period [8]. However, these scientists do not consider the specifics of taxation in the agrarian sphere during the wartime and postwar period. Despite the significant developments in the development of the mechanism of taxation of agricultural enterprises, it is necessary to note that the issues of study of taxation of agricultural producers require further research.

Scientists in their research do not reveal the peculiarities of the advantages and disadvantages of such a «tax innovation» as a minimum tax obligation.

The purpose of the publication is to study the peculiarities of the current state of taxation of agricultural commodity producers and to substantiate the directions of development of taxation mechanisms following the realities of the operation of agribusiness.

Presentation of the main research material. In Ukraine, the agricultural producer is mostly represented by small business entities. Thus, according to the information from the State Statistics Service, large agricultural, forestry, and fishing enterprises in the last five years of the pre-war period accounted for less than 0.1%, medium – 3.1%, and small – 96.9% [9]. It should be noted that, unlike large agricultural formations, the Ukrainian small-scale agricultural producer is focused on the domestic market, and therefore, at the current stage, it is that ensures the country's food security and raises living standards in rural areas. However, these producers have significant problems with material and technical, personnel support, high cost of production, lack of sales markets, etc. The simplified system of taxation applied in Ukraine is aimed specifically at supporting small business entities. In Ukraine, the tax component prevails in the structure of the support system for agricultural producers. However, for small-scale agricultural producers, this mechanism is currently quite undeveloped. Thus, O. Sarapina and O. Eremyan note in their research «the system of taxation of agricultural enterprises needs to be reformed to equalize the competitive environment, eliminate disparities in the structure of the agricultural sector of the economy in favor of small and medium-sized socially oriented agrarian businesses, and increase the competitiveness of small forms of management...» [5]. These arguments are the

basis for the introduction of the minimum tax liability to eliminate the competitive advantages of small producers working in the shadow sector [10].

Agricultural producers, under the current legislation, have the right to choose independently whether to apply a simplified taxation system in the form of a single tax of group IV or to pay taxes according to the general system.

Following European trends in Ukraine, the criteria for classifying enterprises as small, medium, and large are prescribed by the Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting in Ukraine» [11]. Such typification is used to determine entities that prepare reports by composition under NR(S)A 1 «General requirements for financial reporting» [12], and have the right to prepare reports according to NR(S)A 25 «Simplified financial reporting» [13]. In addition, small enterprises that prepare financial statements according to NR(S)A 25 «Simplified financial reporting» have the right to choose a simplified taxation regime. However, agricultural enterprises have the right to apply a simplified system of taxation according to the criterion – the share of agricultural products in the structure of marketable products is not less than 75% of agricultural products, regardless of the size of this enterprise.

An agricultural producer is qualified as an income taxpayer or a single taxpayer of group IV according to additional features. For the purposes of income tax for enterprises whose main activity is the production of agricultural products, enterprises whose income from the sale of agricultural products of their production for the previous tax (reporting) year exceeds 50 percent of the total amount of income belong to [14]. In the formal interpretation of paragraph 14.1.234 of the Tax Code of Ukraine, the category of agricultural products does not include products of processing of own agricultural products, processed on pre-contractual conditions. However, the Tax Code of Ukraine refers to agricultural commodity producers as economic entities that process their own agricultural raw materials on a subsidized basis (paragraph 14.1.235). A modern trend is the processing of agricultural raw materials under give-and-take basis. It is expedient to clarify the position of the Tax Code of Ukraine and include agricultural products that have been processed on a give-and-take basis, which will ensure more complete processing and are more in line with the principles of the circular economy [15].

As for the simplified taxation system, according to paragraph 291.4 of the Tax Code of Ukraine, the fourth group of single taxpayers includes agricultural producers: legal entities whose share of agricultural production in the previous tax (reporting) year is equal to or exceeds 75 percent; physical persons-entrepreneurs who conduct activities exclusively in the farm registered in accordance with the Law of Ukraine «On Farming» [16]. It is important to determine the share of agricultural production. According to paragraph 14.1.262 of the Tax Code of Ukraine, the share of agricultural production is the specific weight of the income of an agricultural producer, received from the sale of agricultural products of own production and products of its processing, in the total amount of his income, which is taken into account when determining the right of such a producer to register as a tax payer. The calculation of the share of agricultural production is submitted to the control bodies by their location and/or by the location of land plots (paragraph 308.1 of chapter XIV of the Tax Code of Ukraine) [14].

In our opinion, because of the introduction of the minimum tax liability related to the size of land use, it is expedient to extend the right to a simplified taxation regime under the fourth group to small agricultural enterprises with the introduction of another industry criterion – the size of land use, for example, up to 800 Ha. The remaining agricultural enterprises should be transferred to the general taxation system. At enterprises that are income taxpayers, the quality of accounting support for reporting and making management decisions is higher, which in the future will positively contribute to the effectiveness of management and enable public control of the use of land resources.

According to the law, an income tax-paying enterprise, whose main activity is the production of agricultural products, has the right to choose an annual tax (reporting) period for income tax, which begins on July 1 of the previous reporting year and ends on June 30 of the current reporting year. When submitting a tax return, such income taxpayers should take into account that the income tax return includes financial statements for the first half of the previous year, the previous reporting year, and the first half of the current reporting year. For such taxpayers, it is problematic to reconcile the internal regulations on the distribution of profits with a special procedure for the formation of profits before taxation. Agricultural enterprises – income tax payers have the right, in accordance with NR(S)A 30 «Biological assets», to evaluate products at initial recognition not at fair, but at original cost [17]. In our opinion, this may negatively affect the assessment of potential solvency compared to other agricultural commodity producers. This problem can be solved by introducing an adjustment of financial profit to profit for taxation on tax differences that arise in the financial accounting system because of the assessment of agricultural products at initial recognition at fair value for the balance of products on the date of filing the tax return.

A producer of agricultural products – an income taxpayer has the right not to choose a «special» annual tax (reporting) period for income tax, which begins on July 1 of the previous reporting year and ends on June 30 of the current reporting year. Accordingly, such a taxpayer submits Tax Declarations in a general manner within the terms specified in paragraph 49.18 of the Tax Code of Ukraine.

The appropriate direction is the formation of incentives for the introduction of innovative technologies and technological development of agricultural enterprises – income taxpayers, and the differentiation of tax rates following the target direction of profit. Yes, it is advisable to apply reduced rates on profit, which are aimed at the innovative development of agrarian entrepreneurship. Among taxpayers of agricultural commodity producers, the share of those who pay income tax is insignificant. Therefore, as of June 1, 2023, the share of such payers in the Kirovograd region was only 10% [18].

The process of forming legislation in the field of taxation of agricultural producers continues. The Law of Ukraine «On Amendments to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine on ensuring the balance of budget revenues» made the most significant changes [19]. The introduction of changes in taxation is aimed at the unshadowing of agrarian business. Thus, there are widespread models of running an agrarian business without formalizing the lease of land shares without

registration of employees of agrarian enterprises, and with a cash, undocumented option for the sale of agrarian products. With the changes in taxation, the minimum tax liability (MTL) was introduced, which depends on the normative monetary assessment of the land plot classified as agricultural land (on average, about 28,000 hryvnias). The norms of the Tax Code of Ukraine stipulate that until 2024, the normative monetary value will not be indexed. MTL was calculated for the first time in 2023 when taxpayers submitted declarations for 2022. According to experts' calculations, the average size of MTL in Ukraine is about UAH 1400/ha [10].

According to the data of the State Tax Service for the Kirovograd region, the accrual of the MTL and the debts of enterprises because of the calculation of the MTL as of 07/01/2023 are presented in Table 1.

In the Kirovograd region, according to the data of the regional tax administration, taxpayers of the fourth group, who have chosen a simplified taxation regime for agricultural producers, prevail (85%). A small share of subjects chose the general simplified taxation regime (5%). According to the survey of legal entities that chose this mode, it was found that 82% of such taxpayers use this mode because they did not declare a timely decision on choosing the taxation system according to the fourth group. Agricultural producers include both VAT payers and entities that do not have this status.

An agricultural producer can choose the optimal tax policy only based on complex calculations. This requires the involvement of a highly qualified specialist, which not all farms can afford. Therefore, for a small-scale manufacturer, the procedure and the choice of the optimal taxation system (as well as the taxation procedure itself) are quite complex issues. Today, Ukrainian tax policy is focused mainly on the implementation of fiscal functions. The State Tax Service of Ukraine, in its reports on the increase in the number of control checks with the rise in the application of fine (financial) sanctions, notes as a positive fact. Regarding the Ukrainian taxation system (including agricultural producers), it is advisable to apply foreign experience, namely: to optimize the tax system (number of taxes, rates, reporting, and payment procedures); introduce a mechanism to assist taxpayers in the process of submitting declarations and paying taxes; create media campaigns that connect taxes with public services and motivate ethical behavior (tax paying culture) [20].

Under modern realities, it is necessary to optimize the taxation system in the direction of creating conditions

for the development of agribusiness and at the same time ensure conditions for the development of rural areas and their preservation. At the same time, it is necessary to take into account the multivariate nature of both the organizational and legal forms of agribusiness, as well as the functioning of different size land entities, and the predominance of small business entities.

We share the approach regarding the need to differentiate tax rates according to land use area. At the same time, we proceed from the fact that it is appropriate to reduce the rates of the minimum tax liability for entities that belong to micro-enterprises, make maximum use of their own labor, and work on their own land plots. This approach will ensure the balancing of the interests of the state and taxpayers producing agricultural products on their own lands.

The introduction of the minimum tax payment effectively affects the fiscal component of taxation and ensures the transparency of the formation of tax payments and the direct connection between the tax burden and land use areas. However, it is necessary to make changes to the Tax Code regarding the regulation of this norm. This approach will ensure a closer connection between land use and tax burden and will contribute to overcoming the shadowing of the agrarian sphere. It is necessary to preserve preferences in the taxation of small agricultural commodity producers and to determine the size of land use of micro-entrepreneurs to which the minimum tax obligation should not be applied or its size should be reduced.

The development of the innovative component, which is connected with the formation and development of human resources, and the digitalization of business directly determine the development of agrarian business in modern conditions. The importance of these directions should be taken into account when making decisions in taxation. Therefore, in our opinion, it is appropriate to include documented expenses in these areas (consulting of advisory services on the development and implementation of innovative technologies, introduction of digital technologies, and development of personnel potential) along with taxes when calculating tax payments in accordance with the minimum tax liability.

It is appropriate to apply different rates of income taxation aimed at development and consumption. At the same time, the reduction of the income tax rate aimed at development must be limited following the optimal proportions of the distribution of income for consumption and capitalization (1:3).

Table 1
Accrual of the minimum tax liability based on the results of the declaration in the Kirovograd region for 2022

The taxation system	Number of payers		Surcharge of tax		Arrears for payment of MTL	
	payers	%	thousand hryvnias	%	thousand hryvnias	%
General system of taxation	217	10	19 086,6	10	9900,8	49,56
A simplified system of taxation, in total	1869	90	168 619,1	90	10 075,2	50,44
including:						
payers of the III group (2%)	33	2*	673,4	2*	143,5	0,72*
payers of the III group (3–5%)	58	3*	2 560,6	-		
IV group payers	1778	85*	165 385,1	88*	9931,7	49,72*
Total for the region	2086	100	187 705,7	100	19 976,0	100

*% calculated for the total number of payers

Conclusions. In accordance with modern realities, it is necessary to optimize the taxation system in the direction of creating conditions for the development of agribusiness and at the same time ensure conditions for the development of rural areas and their preservation. At the same time, it is necessary to take into account the multivariate nature of both the organizational and legal forms of agribusiness, as well as the functioning of different size land entities, and the predominance of small business entities. The introduction of the minimum

tax payment effectively affects the fiscal component of taxation and ensures the transparency of the formation of tax payments and the direct connection between the tax burden and the area of land use. It is necessary to preserve preferences in the taxation of small agricultural producers and to determine the size of land use of micro-entrepreneurs to which the minimum tax liability should not be applied or to reduce its size. The system of taxation of agricultural producers should form incentives for innovative business development.

References:

1. Babayev, N., Hakimova, Ye., Huseynova, A. (2022) Reforming the taxation of agrarian entrepreneurship (case study of Azerbaijan). *Scientific Horizons (electronic journal)*, no. 25(8), pp. 117–124. Available at: http://ir.polissiauniver.edu.ua/bitstream/123456789/13541/3/SH_2022_25_8_117-124.pdf (accessed 01 August 2023).
2. Shalimova, N. (2019) Priorities of Regional Development in the Taxation of Agricultural Producers and Distribution of State Financial Support in the Context of Ensuring Innovative Development of the Region. *Innovative Economics And Management (electronic journal)*, vol. 6, no. 1, pp. 14–27. Available at: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/123456789/9146> (accessed 02 August 2023).
3. Mahopets, O.A. (2017) Optyimizatsiia podatkovoho navantazhennia silskohospodarskykh tovarovyrobnykiv v umovakh zastosuvannia sproshchenoi systemy opodatkovannia [Optimization of the tax burden of agricultural producers in terms of application of the simplified taxation system]. *Naukovi pratsi Kirovohrads'koho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky* [Scientific papers of Kirovograd National Technical University. Economic sciences] (electronic journal), vol. 31, pp. 160–171. Available at: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/6900/1/19.pdf> (accessed 02 August 2023).
4. Shalimova, N., Mahopets, O., Bosenko A. (2022) Intehratsiini protsesy yak chynnyky vplyvu na formuvannia mekhanizmu upravlinnia opodatkovanniam silskohospodarskykh tovarovyrobnykiv [Integration processes as factors of influence on the formation of the mechanism of management of taxation of agricultural commodity producers] *Visnyk Chernivets'koho torhovelno-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky* [Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences] (electronic journal), vol. 1, pp. 42–60. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchetei_2022_1_6 (accessed 07 August 2023).
5. Sarapina, O., Yeremian, O. (2021) Opodatkuvannia vitchyznianskykh silskohospodarskykh tovarovyrobnykiv: osoblyvosti, problemy i perspektivy [Taxation of domestic agricultural goods manufacturers: features, problems and prospects]. *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky* [Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice] (electronic journal), no. 2(37), pp. 116–122. Available at: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v2i37.229941> (accessed 05 August 2023).
6. Homovij, S.M., Tomilova, N.O., Lytvynenko, V.S. (2018) Institutional and management arrangements of tax burden optimization on the agricultural enterprises. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice* (electronic journal), no. 1(24), pp. 213–220. Available at: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v1i24.128050> (accessed 05 August 2023).
7. Durman, M.O., Durman, O.L. (2022) Osoblyvosti formuvannia ta realizatsii derzhavnoi rehuliatornoj polityky u sferi opodatkovannia pid chas voiennoho stanu [Peculiarities of formation and implementation of state regulatory policy in the field of taxation during martial law]. *Publichne upravlinnia: kontseptsii, paradyhma, rozvytok, udoskonalennia* [Public administration: concepts, paradigm, development, improvement] (electronic journal), vol. 2, pp. 142–162. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pubad_2022_2_10 (accessed 07 August 2023).
8. Ihnatenko, S.S. (2023) Osoblyvosti sproshchenoi systemy opodatkovannia v umovakh voiennoho stanu [Features of the simplified taxation system under martial law]. *Analychno-porivnialne pravoznavstvo* [Analytical and comparative jurisprudence] (electronic journal), no. 1, pp. 334–339. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/anpopr_2023_1_56 (accessed 05 August 2023).
9. The official site of State Statistics Service of Ukraine. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
10. Tulush, L. (2022, January 26) Novatsii opodatkovannia [Innovations in taxation] *Sait zhurnalu «Agrotimes»* [Site of journal «Agrotimes»]. Available at: <https://agrotimes.ua/article/novacziyi-opodatkovannya-silgospvyrobnykiv/> (accessed 01 August 2023).
11. Law of Ukraine «On Accounting and Financial Reporting in Ukraine» № 996-XIV. (1999, July 16). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (accessed 02 August 2023).
12. National Regulation (Standard) of Accounting 1 «General Requirements for Financial Reporting»: approved by order of the Ministry of Finance of Ukraine № 73 (2013, February 07). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (accessed 05 August 2023).
13. National Regulation (Standard) of Accounting 25 «Simplified financial reporting»: approved by order of the Ministry of Finance of Ukraine № 39 (2000, February 25). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00#Text> (accessed 04 August 2023).
14. Tax Code of Ukraine. (2010, December 02). Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (accessed 05 August 2023).
15. Savchenko, V., Kononenko, L., Karanushenko, A. (2023). Circular economy in the context of the formation of Society 5.0. *Taurida Scientific Herald. Series: Economics* (electronic journal), no. 16, pp. 166–174. Available at: <https://doi.org/10.32782/10.32782/2708-0366/2023.16.22>.
16. Law of Ukraine «On Farming» № 973-IV. (2003, June 19). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15#Text> (accessed 05 August 2023).
17. National Regulation (Standard) of Accounting 30 «Biological assets»: approved by order of the Ministry of Finance of Ukraine № 790 (2005, November 18). Available at: URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text> (accessed 05 August 2023).
18. The official site of State Tax Service of Ukraine. Available at: <https://tax.gov.ua/>.
19. Law of Ukraine «On Amendments to the Tax Code of Ukraine and other legislative acts of Ukraine on ensuring the balance of budget revenues» № 1914 (2021, November 30) Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1914-20#Text> (accessed 07 August 2023).
20. Kononenko, L., Atamas, O., Nazarova, H., Selishcheva, E., Kononenko, S. (2022). Optimization of small agricultural producer's taxation by creating innovative-integrated structures. *Scientific Horizons*, vol. 25 no. 6, pp. 100–110. Available at: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/handle/123456789/12263> (accessed 07 August 2023).

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

УДК 330.342.146:332.146.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-21>**Бліщук К.М.**

кандидат економічних наук,
доцент кафедри регіонального та місцевого розвитку,
Інститут адміністрування, державного управління
та професійного розвитку
Національного університету «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8154-6608>

Blishchuk Kateryna

Institute of Administration, Governance and Professional Development
Lviv Polytechnic National University

РЕАЛІЗАЦІЯ ПОЛІТИКИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

В статті розглянуто специфіку політики соціального захисту на регіональному рівні, підходи до нормативно-правового врегулювання системи забезпечення соціального захисту населення. Аргументовано, що в сучасних умовах політика соціального захисту на регіональному рівні здійснюється в рамках децентралізованої моделі надання соціальних послуг в Україні. Здійснено аналіз основних показників соціального захисту за регіонами України. Обґрунтовано пропозиції подальшого розвитку політики соціального захисту в Україні в рамках перспективної моделі організації надання соціальних послуг. Показано, що в основі даної моделі повинно лежати функціонування виконавчих органів влади на регіональному рівні, які повинні виконувати покладені на них відповідні функції в рамках реалізації завдань політики соціального захисту на регіональному рівні.

Ключові слова: політика, соціальний захист, регіони, держава, соціальні послуги, населення.

IMPLEMENTATION OF THE SOCIAL PROTECTION POLICY AT THE REGIONAL LEVEL

The purpose of the article is to consider the specifics of the social protection policy at the regional level and justify the proposals for its further development. The relevance of this study is the need to find ways to improve the social protection of vulnerable sections of the population of Ukraine, who suffered as a result of active military operations on the territory of Ukraine. The research methodology is based on general scientific methods such as analysis and synthesis, which are used to evaluate the main social indicators and draw conclusions about the current state of social protection in the regions of Ukraine. Also, the research in the article was carried out on the basis of the abstract-logical method, according to which proposals are presented and conclusions are drawn regarding the further development of the regional social protection policy. The result of the scientific research of this article is the argumentation that in modern conditions the policy of social protection at the regional level is carried out within the framework of the decentralized model of providing social services in Ukraine. The article shows the advantages of the decentralized model compared to the centralized one and proves that the regional aspect of social protection of vulnerable population groups enables direct contact between recipients and providers of social services, which is an indisputable advantage. The practical value of the article is the substantiation of further ways of development of the regional social protection policy in Ukraine within the perspective model of the organization of providing social services. It is shown that the basis of this model should be the functioning of executive authorities at the regional level, which should perform the corresponding functions assigned to them within the framework of the implementation of social protection policy tasks at the regional level. In particular, we are talking about organizational, monitoring, coordination, analytical, informational, controlling and financing functions. It is concluded that the implementation of the social protection policy at the regional level within the framework of the decentralization implemented in Ukraine is intended to demonstrate better results than the centralized model of the implementation of social protection, taking into account the high level of corruption in the Ukrainian state, as well as significant bureaucratic requirements for carrying out certain operations in the sphere social protection.

Keywords: politics, social protection, regions, state, social services, population.

JEL Classification: G28

Постановка проблеми. Ефективність надання суспільних послуг напряму залежить від діяльності органів влади, які функціонують як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. Соціальний захист в межах окремих територій забезпечується ре-

лізацією своїх функцій вповноваженими інституціями, які покликані діяти від імені держави і захищати права вразливих верств населення.

Проте в умовах децентралізації розподіл функцій та повноважень між центральними та місцевими орга-

нами влади часто супроводжується значними порушеннями і зловживаннями, що значним чином відображається на результативності політики соціального захисту на регіональному рівні. Особливо це стало відчутним у час ведення активних бойових дій на територіях України, коли люди були змушені звертатися про допомогу відповідно до репарації належних їм прав, гарантованих Конституцією. Тому існування потреби повноцінного соціального захисту вразливих верств населення на регіональному рівні актуалізує напрям даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальний захист та реалізація соціальної політики є предметом дослідження багатьох науковців. Зокрема, цими питаннями займаються Грицик Н. [4], Іванова А. [1], Кириленко О. [2], Огінська А. [2], Насібова О. [3], Осіпова Л. [4] та інші.

У своїх публікаціях дослідники вивчають особливості забезпечення соціального захисту в умовах децентралізації, піднімають питання теоретичних аспектів фінансового забезпечення соціального захисту населення та тенденцій і перспектив фінансування соціального захисту в Україні, зокрема, в умовах децентралізації.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання соціального захисту на регіональному рівні вимагає додаткових глибоких досліджень з огляду на реалії українського суспільства, оскільки нині велика кількість українців потребує отримання соціальних послуг і гарантій в умовах воєнного стану. Тому пошук шляхів підвищення ефективності політики соціального захисту на регіональному рівні є надзвичайно важливим в умовах сьогодення.

Метою статті є оцінка стану соціального захисту на регіональному рівні та обґрунтування подальшого розвитку політики соціального захисту в Україні в рамках перспективної моделі організації надання соціальних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціальний захист на регіональному рівні має свої особливості відповідно до специфіки реалізації соціальної політики на окремих територіях і здійснюється в рамках децентралізованої моделі. Так, на відміну від централізованої моделі, яка передбачає забезпечення соціального захисту через посередницькі структури, які надають соціальні послуги населенню, в основі децентралізованої моделі лежить принцип прямої взаємодії надавачів соціальних послуг з їх отримувачами.

Розподіл повноважень між центральними та регіональними виконавчими органам влади, покликаними реалізовувати політику соціального захисту, регламентовано в Законі України «Про соціальні послуги» [5], який набув чинності 1 січня 2020 року. У статті 11 цього законодавчого акту визначено перелік повноважень центральних і місцевих органів, які здійснюють надання соціальних послуг, а також відмічено обов'язок кожної територіальної громади надавати базові соціальні послуги згідно із стандартами, затвердженими Міністерством соціальної політики.

Варто згадати і такий нормативний документ як Концепція реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні [6], в якому визначено основні повноваження територіальних громад та районних адміністрацій у сфері соціального

захисту. Зокрема, в Концепції йде мова про надання соціальної допомоги вразливим верствам населення на базовому рівні (забезпечення надання пільг, виплата пенсій, компенсацій, субсидій тощо) через центри соціальних послуг, територіальні центри соціального обслуговування, фізичних осіб-підприємців, недержавні організації, а також про забезпечення розвитку інфраструктури, у тому числі об'єктів соціально-культурного призначення.

Таким чином, на загальнодержавному рівні здійснюється розробка та впровадження пропозицій щодо надання соціальних послуг, а також нормативно-правове врегулювання системи забезпечення соціального захисту населення в цілому. В той же час на рівні обласних державних адміністрацій відбувається забезпечення належного рівня соціальних послуг в межах області та здійснюється координація фінансування та розподілу соціальних послуг від центральних органів влади до місцевих, а безпосереднє надання соціальних послуг відбувається на рівні територіальних громад та районних адміністрацій.

Загалом, перехід від централізованої до децентралізованої моделі надання соціальних послуг має низку переваг:

- завдяки контакту надавачів та отримувачів соціальних послуг у сфері соціального захисту покращується їх управління і адміністрування та забезпечення прав вразливих верств населення за рахунок швидшого виявлення їх потреб та попередження складних життєвих ситуацій;

- на регіональному рівні встановлюються стандарти та норми здійснення соціального захисту відповідно до потреб та особливостей тієї чи іншої території держави;

- формування моніторингової системи та аналізу якості надання соціальних послуг в окремих регіонах, що дає можливість оперативно реагувати на потреби та запити населення;

- надавачі соціальних послуг у сфері соціального захисту диверсифікують свою діяльність в контексті соціального замовлення, відповідно до чого підвищується результативність їх діяльності та ефективність використання ними бюджетних коштів.

Таким чином, реалізація політики соціального захисту на регіональному рівні засвідчує вищу результативність порівняно із загальнодержавною політикою, оскільки вона сприяє об'єктивнішій оцінці ситуації на місцях та тіснішому контакту тих, хто надає і хто отримує соціальні послуги.

З метою аналізу ситуації у сфері соціального захисту на регіональному рівні варто оцінити його основні показники, які представлені в табл. 1.

Дані табл. 1 свідчать про нерівномірний розподіл основних соціальних платежів по регіонах України. Так, середній розмір призначеної місячної пенсії пенсіонерів на початок 2022 року по Україні становив 3991,53 грн. В той же час в таких областях як Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Київська, Луганська та Харківська цей показник був вищим за середнє значення. В усіх інших областях середній розмір місячної пенсії пенсіонерів був нижчим від зазначеної цифри.

Щодо середнього розміру грошової допомоги суб'єктами, що надають соціальні послуги з місцевих бюджетів, то його середнє значення по Україні на поча-

Таблиця 1

Основні показники соціального захисту за регіонами, 2022 р. (початок року)

Регіони (області)	Кількість пенсіонерів усіх категорій, осіб	Середній розмір призначеної місячної пенсії пенсіонерів, грн.	Кількість осіб з інвалідністю, осіб	Кількість осіб, що отримують державну соціальну допомогу, не маючи права на пенсію	Середні розміри грошової допомоги суб'єктами, що надають соціальні послуги з місцевих бюджетів (в середньому на 1 особу, грн)
Україна	10841117	3991,53	2725826	183254	2505,05
АРК
Вінницька	438630	3410,48	122843	7011	521,02
Волинська	255824	3398,80	82906	4717	2001,06
Дніпропетровська	895825	4466,79	172788	12412	1002,05
Донецька	787927	5062,09	160158	9334	1629,69
Житомирська	358692	3641,53	112602	5671	50,00
Закарпатська	256486	3202,14	76774	13001	1000,00
Запорізька	504566	4171,96	108872	8168	1383,46
Івано-Франківська	336571	3429,59	109373	10805	1454,04
Київська	537727	4132,41	129486	6199	1202,72
Кіровоградська	257377	3564,10	59023	4539	319,50
Луганська	331975	4723,34	47062	2568	2747,29
Львівська	661275	3617,30	216954	11632	433,75
Миколаївська	294787	3741,92	66545	6030	1747,04
Одеська	569264	3831,93	159048	13744	5771,93
Полтавська	413688	3925,16	101759	5449	586,00
Рівненська	283338	3379,00	74243	5033	1871,03
Сумська	315335	3626,87	59515	3310	1496,94
Тернопільська	272456	3114,68	73100	4963	966,38
Харківська	748252	4046,24	162432	10692	-
Херсонська	266113	3428,69	49831	5644	1756,02
Хмельницька	390309	3377,91	150753	7674	889,31
Черкаська	398008	3554,34	136044	6885	9047,89
Чернівецька	207570	3232,30	58039	6436	667,12
Чернігівська	311675	3648,00	77574	4152	2343,98

Джерело: складено на основі [7]

ток 2022 року становило 2505,05 грн (в середньому на одну особу). Лише в трьох областях – Луганській, Одеській та Черкаській – значення цього показника перевищувало середній, а в усіх інших воно було нижчим. Зокрема, в деяких областях розмір цієї допомоги був надто мізерним, щоб якимось чином впливати на життєзабезпечення громадян, що його отримують.

Ця інформація є свідченням того, що політика соціального захисту на регіональному рівні потребує коригування та уніфікації підходів до її реалізації в сучасних умовах, особливо зважаючи на той факт, що значна частина населення постраждала внаслідок ведення активних бойових дій на їх територіях. Враховуючи реалії сьогодення, політику соціального захисту на регіональному рівні слід реалізовувати в рамках перспективної моделі організації надання соціальних послуг (рис. 1).

В її рамках реалізацію політики соціального захисту покликані забезпечувати виконавчі органи влади відповідно до покладених на них функцій, основними з яких є організаційна, моніторингова, координаційна, аналітична, інформаційна, контролююча та функція фінансування. Зокрема, організаційна та коор-

динаційна функції покликані забезпечувати належним чином організацію роботи працівників у сфері соціального захисту та координувати їх діяльність відповідно до потреби забезпечення інтересів вразливих верств населення.

Моніторингова функція виконавчих органів влади на регіональному рівні повинна здійснюватися задля аналізу та оцінки кількості соціально вразливих верств суспільства і тісно пов'язана з аналітичною функцією, а також функцією фінансування, оскільки відповідні служби повинні чітко розуміти можливості регіону забезпечувати фінансовими ресурсами економічно необхідні соціальні послуги. А інформаційна функція має сприяти поширенню інформації щодо надання соціальних послуг з метою застосування кращого досвіду їх впровадження на тій чи іншій території.

Виконавчі органи повинні надавати соціальні послуги поетапно відповідно до завдань реалізації політики соціального захисту на регіональному рівні. Необхідно впровадити принцип надання соціальних послуг на конкурентній основі, що дасть можливість за рахунок дії відповідних ринкових механізмів підвищити рівень соціального захисту населення в регіонах.



Рис. 1. Перспективна модель організації надання соціальних послуг

Джерело: власні узагальнення

Також варто переглянути структуру та функціональні обов'язки бюджетних установ у сфері надання соціальних послуг у напрямі зменшення їх ієрархічної мережі, що сприятиме ефективнішому та економічному їх фінансуванню. Завдяки таким діям зменшиться кількість інституцій, на утримання яких витрачають фінансові ресурси, в той час як ті категорії населення, що потребують соціального захисту, матимуть безпосередній контакт із надавачами соціальних послуг.

Загалом, реалізація політики соціального захисту на регіональному рівні в рамках здійснюваної в Україні децентралізації покликана засвідчити кращі результати, ніж централізована модель здійснення соціального захисту, зважаючи на високий рівень корупції в українській державі, а також значні бюрократичні вимоги до здійснення тих чи інших операцій у сфері соціального захисту. Адже безпосередній контакт отримувачів та надавачів соціальних послуг сприяє

зменшенню зловживань у фінансовій сфері та витрат коштів не за цільовим призначенням, а також покращенню якості соціального захисту та задоволенню інтересів вразливих верств населення в цілому.

Висновки. Здійснювані в Україні реформи дають змогу вести мову про децентралізовану модель надання соціальних послуг, відповідно до якої реалізовується політика соціального захисту на регіональному рівні. В її основі лежить принцип прямої взаємодії надавачів соціальних послуг з їх отримувачами. На загальнодержавному рівні існує достатнє нормативно-правове врегулювання системи забезпечення соціального захисту населення. Зокрема, варто згадати Закон України "Про соціальні послуги" (чинний з 1 січня 2020 року), в якому регламентовано розподіл повноважень між центральними та регіональними виконавчими органами влади, покликаними реалізовувати політику соціального захисту, а також Концепцію реформування міс-

цевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні, в якій визначено основні повноваження територіальних громад та районних адміністрацій у сфері соціального захисту.

Аналіз основних показників соціального захисту засвідчив нерівномірність розподілу основних соціальних платежів по регіонах України. Відповідно, політика соціального захисту на регіональному рівні в сучасних умовах потребує уніфікації підходів до її реалізації, тому, на наш погляд, її слід здійснювати в рамках перспективної моделі організації надання соціальних послуг. Цю політику покликано забезпечувати

виконавчі органи влади відповідно до покладених на них функцій, основними з яких є організаційна, моніторингова, координаційна, аналітична, інформаційна, контролююча та функція фінансування. Необхідно впровадити принцип надання соціальних послуг на конкурентній основі та переглянути структуру і функціональні обов'язки бюджетних установ у зазначеній сфері з метою зменшення їх ієрархічної мережі.

Перспективою подальших наукових досліджень в цьому напрямку є вивчення зарубіжного досвіду реалізації політики соціального захисту та можливостей його впровадження в українських реаліях.

Список використаних джерел:

1. Іванова А. Особливості забезпечення соціального захисту в умовах децентралізації бюджетних повноважень. *Світ фінансів*. 2021. № 1 (66). С. 38–47. DOI: <https://doi.org/10.35774/sf2021.01.038>
2. Кириленко О.П., Огіньська А.Ю. Фінансування соціального захисту в Україні: тенденції та перспективи. *Інноваційна економіка*. 2018. № 1–2 (73). С. 175–182.
3. Насібова О.В. Теоретичні аспекти фінансового забезпечення соціального захисту населення. *Економіка та держава*. 2019. № 8. С. 35–40.
4. Осіпова Л., Грицик Н. Фінансування соціального забезпечення в умовах децентралізації. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 3 (13). С. 10–15.
5. Про соціальні послуги. Закон України від 17.01.2019 р. № 2671-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> (дата звернення: 30.07.2023)
6. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Розпорядження КМУ від 01.04.2014. № 333-р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80> (дата звернення: 30.07.2023)
7. Соціальний захист населення України у 2021 році. Статистичний збірник. Київ, 2022. 129 с.

References:

1. Ivanova A. (2021). Osoblyvosti zabezpechennya sotsialnogo zahystu v umovah detsentralizatsiyi budzetnyh povnovazen [Features of social protection under conditions of decentralization of budgetary powers]. *Svit finansiv – The world of finance*, 1(66), 38–47. DOI: <https://doi.org/10.35774/sf2021.01.038> [in Ukrainian]
2. Kyrylenko, O.P., Ohinska, A.Yu. (2018). Finansuvannya sotsialnogo zakhystu v Ukraini: tendentsii ta perspektyvy [Financing of social protection in Ukraine: trends and prospects]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative Economy*, 1–2 (73), 175–182. [in Ukrainian]
3. Nasibova, O.V. (2019). Teoretychni aspekty finansovogo zabezpechennya sotsialnogo zakhystu naselennya [Theoretical aspects of financial support of social protection of the population]. *Ekonomika ta derzhava – Economy and State*, 8, 35–40. [in Ukrainian]
4. Osipova, L., Hrytsyk, N. (2019). Finansuvannya sotsialnogo zabezpechennya v umovakh detsentralizatsiyi [Financing of social security in the conditions of decentralization]. *Pryazovskiy ekonomichnyi visnyk – Priazovsky Economic Bulletin*, 3 (13), 10–15. [in Ukrainian]
5. Pro sotsialni posluhy. Zakon Ukrainy vid 17.01.2019 № 2671-VIII. [On social services. Law of Ukraine]. (2019, January, 17). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text> [in Ukrainian]
6. Pro skhvalennia Kontseptsii reformuvannya mistsevoho samovriaduvannya ta terytorialnoi orhanizatsii vlady v Ukraini: rozporiadzhennia KМУ vid 01.04.2014. № 333-r [On approval of the Concept of reforming local self-government and territorial organization of power in Ukraine: order of the Cabinet of Ministers]. (2014, April, 01). Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-%D1%80> [in Ukrainian]
7. Sotsialnyy zahyst naselenya Ukrainy v 2021 rotsi [Social protection of the population of Ukraine in 2021]. *Statystychnyy zbirnyk – Statistical collection*. Kyiv, 2022. 129 p. [in Ukrainian]

УДК 338.242+ 339.543

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-22>**Михальченко О.А.**кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри публічного управління та адміністрування,
Національний авіаційний університет**Mykhalchenko Oleksii**

National Aviation University

ДЕРЖАВНА АВІАЦІЙНА СЛУЖБА УКРАЇНИ: ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРА, РОЛЬ ТА ТРАЄКТОРІЯ РОЗВИТКУ

У статті досліджено ретроспективу створення Державної авіаційної служби України (Державіаслужби), її підпорядкованість, завдання та функції, правовий статус, організаційну структуру та еволюцію її змін. Проведено аналіз кадрового забезпечення Державіаслужби, визначено його вади. Досліджено якісний склад персоналу за категоріями і тендерною ознакою. На дано оцінку динаміці кількості і структури польотів за даними Державного підприємства обслуговування повітряного руху України, проведено її формалізацію. Узагальнено зміст і здобутки функцій Державіаслужби у частині: міжнародного представництва, забезпечення лібералізації повітряних перевезень; підтримки євроатлантичної ініціативи вступу України до НАТО; поширення найкращих практик енергоефективності, екологічності та залучення авіаційних підприємств до реалізації програм NOMOS, CORSIA; стандартизації їх діяльності; впровадження системи менеджменту якості; цифрової трансформації авіаційного транспорту; підтримки його операційної спроможності в умовах воєнного стану; реалізації антикорупційної програми та проекту SAFER-U розвитку авіаційної законодавчої бази України. Обґрунтовано перспективи розвитку Державіаслужби в частині євроінтеграції.

Ключові слова: Державна авіаційна служба, Україна, інституціональна структура, роль, траєкторія, розвиток.

STATE AVIATION SERVICE OF UKRAINE: INSTITUTIONAL STRUCTURE, ROLE AND DEVELOPMENT TRAJECTORY

The article examines the retrospective of the creation of the State Aviation Service, its subordination, tasks and functions, legal status, organizational structure and the evolution of its changes. An analysis of the staffing of the State Aviation Service during 2017–2021 was carried out, and its shortcomings were identified. The qualitative composition of personnel by category and gender was studied. An assessment of the dynamics of the number and structure of flights served by the State Enterprise of the Air Traffic Service of Ukraine is provided. The dynamics of the number of flights was formalized, it was established that for all their types it is described by a polynomial function – a parabola with upward branches with a high value of the multiple coefficient of determination. It is shown that the sharp reduction in the number of flights in 2020 violated the established patterns, with the exception of transit transportation, the dynamics of which is described by a killing power function due to the largest reduction in transportation volumes compared to other types. The content and achievements of the functions of the State Aviation Service in terms of: international representation, ensuring the liberalization of air transport are summarized; supporting the Euro-Atlantic integration of Ukraine into NATO; development of an interactive platform for visualization of NOMOS aviation noise levels; spread of best energy efficiency practices and development of "green" infrastructure in civil airports of Ukraine; involvement of aviation enterprises in the implementation of the CORSIA program; introduction of a market mechanism for compensation and reduction of carbon emissions for international civil aviation; ensuring compliance of civil aviation of Ukraine with international standards; implementation of the quality management system; development of measures aimed at preventing the spread of COVID-19; conducting consistent work on the digital transformation of air transport; maintenance of the appropriate level of its operational capacity under martial law conditions; consistent implementation of the adopted anti-corruption program and the SAFER-U project for the development of the aviation legislative framework of Ukraine. The prospects for the development of the State Aviation Service in terms of European integration are substantiated.

Keywords: State Aviation Service Ukraine, institutional structure, role, development, trajectory.

JEL classification: R40, A11, F63

Постановка проблеми. Авіаційна галузь України відіграє важливі функції задовольняючи потреби обороноспроможності суспільства, споживчий попит населення у пасажирських перевезеннях; надає послуги виробничого характеру сільському, лісовому, рибному господарству, іншим галузям економіки. Якісне задоволення авіаційними підприємствами попиту держави, суб'єктів господарювання і споживачів-фізичних осіб потребує формування відповідної системи державного регулювання діяльності авіаційного транспорту та аеропортів. Важливе місце в ній відіграє Державна авіаційна служба України (Державіаслужба).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання органів державного регулювання авіаційної галузі та

Державіаслужби, зокрема, знаходиться в полі зору багатьох учених. Погоджуємося з Брусаковою О.В. [1, с. 71], що особливостями управління системою авіаційного транспорту є її складність, необхідність розподілу повноважень із питань використання повітряного простору України між різними уповноваженими органами з огляду на розподіл авіації на цивільну та державну. Горбатюк Я.В. визначає інформаційно-аналітичну діяльність Державіаслужби як впорядковані процеси збирання, накопичення, обробці та аналізу інформації в галузі цивільної авіації на підставі внутрішніх регламентів та нормативно-правових актів [2, с. 12]. Він також вважає суттєвим недоліком діяльності Державіаслужби відсутність офіційно затверджені

них принципів, процедур, методів, методик інформаційно-аналітичної роботи.

Натомість важливим напрямком удосконалення контролю за господарською діяльністю авіаційних підприємств з боку Державіаслужби, як справедливо зазначає Мілімко Л.В. [3, с. 29], є запровадження інтегрованої автоматизованої системи державного нагляду (контролю) (ІАС ДНК), відповідно до вимог Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» [4]. Автор також зазначає, що результати планових та позапланових перевірок авіаційних підприємств Державіаслужбою не оприлюднюються через їх конфіденційний характер, проте мають місце неодноразові випадки їх судового опротестування підконтрольними суб'єктами.

Оцінюючи еволюцію організаційних структур управління цивільною авіацією, Кирилюк Н.Д. зазначає, що з початку 90-их років минулого століття вони мали ознаки стихійності, характеризувалися відсутністю науково обґрунтованих орієнтирів, що негативно позначилося на управлінській діяльності, як на рівні галузі так і на рівні окремих суб'єктів господарювання [5, с. 91]. Це зумовлює актуальність діджиталізації контрольної-аналітичної функції Державіаслужби, удосконалення організаційних структур управління, подолання корупції тощо.

Метою дослідження є розробка пропозицій з удосконалення інституціональної структури Державіаслужби України, посилення її ролі у стимулюванні розвитку авіаційної галузі, уточнення траєкторії розвитку в умовах євроінтеграції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Державіаслужбу було створено Указом Президента від 15.07.2004 р. № 803/2004 на базі ліквідованого Державного департаменту авіаційного транспорту України як спеціально вповноважений центральний орган виконавчої влади з питань державного нагляду за безпекою авіації, що формує і реалізує державну політику в галузі цивільної авіації та використання повітряного простору України [6]. У поточний час діяльність Державіаслужби спрямовується і координується урядом України на основі Положення, затвердженого Кабінетом Міністрів України від 08.10.2014 [7], через Міністра інфраструктури України. До основних завдань Державіаслужби у сфері цивільної авіації та використання повітряного простору України віднесено: внесення пропозицій Міністрові інфраструктури щодо забезпечення формування державної політики; її реалізація; організація використання повітряного простору України; здійснення державного контролю та нагляду за безпекою та забезпеченням аеронавігаційного обслуговування; розробка та прийняття авіаційних правил, що регулюють діяльність цивільної авіації та використання повітряного простору, видає накази організаційно-розпорядчого характеру, організовує та контролює їх виконання з урахуванням вимог Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [8].

Державіаслужба є юридичною особою публічного права, має печатку із зображенням Державного Герба України та своїм найменуванням, власні бланки, рахунки в органах Казначейства. Вона є колегіальним органом, очолюваний Головою, який має першого

заступника і заступника, які призначаються на посаду та звільняються з неї Кабінетом Міністрів України за поданням Прем'єр-міністра України, внесеним на підставі пропозицій Міністра інфраструктури. Кабінет Міністрів України, затверджує граничну чисельність державних службовців та працівників Державіаслужби. Голова затверджує Структуру апарату Державіаслужби – за погодженням з Міністром інфраструктури, штатний розпис і кошторис – за погодженням з Міністерством фінансів України.

Організаційна структура Державіаслужби постійно удосконалюється, зокрема 01.09.2020 введено посаду заступника Голови з питань цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації. Крім цього відбулася реорганізація чотирьох департаментів у вісім управлінь:

– авіаційних перевезень та міжнародного співробітництва;

– аеродромів та аеропортів;

– аеронавігації;

– підтримання льотної придатності;

– сертифікації типу авіаційної техніки;

– роботи з персоналом з льотної експлуатації;

– виконання польотів;

– регіональних інспекцій.

Протягом 2017–2021 років середньооблікова чисельність штатних працівників Державіаслужби (табл. 1) зростає із 315 осіб до 365 осіб тобто на 15,87%.

Найбільша кількість працюючих спостерігалась у 2020 році (374 особи). Протягом аналізованого періоду коефіцієнт плинності кадрів збільшився з 4,4% до 11,5%, що більше ніж вдвічі перевищує рекомендований галузевий показник 5,5%. Основна причина цього явища – закінчення строку призначення на посаду державної служби у 2021 році.

Загальна чисельність працівників Державіаслужби у 2021 році відповідно до штатного розкладу складала 435 осіб, фактично – 365 осіб, тобто штат укомплектований на 83,9%. Склад і структуру персоналу Державіаслужби наведено на рис. 1.

Персонал Державіаслужби представлений категорією А – керівництвом, решта категорій – це державні службовці. Найбільша питома вага персоналу Державіаслужби приходить на категорію В1 (69,37%) – це головні спеціалісти, державні інспектори з авіаційного нагляду та працівники, які виконують функції з обслуговування. Друга за питомою вагою є категорія Б3 (20,42%) с- начальники відділів та їх заступники у складі самостійних управлінь, державні інспектори з авіаційного нагляду – начальники відділів та їх заступники у складі самостійних управлінь та завідувачі секторів. Третя за часткою є категорія Б2 (4,71%) – заступники начальників самостійних управлінь, відділів, державні інспектори з авіаційного нагляду – заступники начальників самостійних управлінь. Четвертою за питомою вагою є категорія Б1 (4,71%) – начальники самостійних управлінь, відділів, завідувачі секторів, державні інспектори з авіаційного нагляду – начальники управлінь. На категорію А приходить 1,05%.

За гендерною ознакою в загальному обсязі фактичної чисельності превалює питома вага чоловіків: всього – 61,0%, у т.ч. за категоріями: А – 100,0%, Б1 – 76,5%, Б2 – 72,2%, Б3 – 63,6%, В1 – 57,8%.

Таблиця 1

Динаміка середньооблікової чисельності штатних працівників Державіаслужби за 2017–2021 роки

№ з/п	Показник	Роки					Приріст	
		2017	2018	2019	2020	2021	абс., осіб	відносний, %
1.	Середньооблікова чисельність штатних працівників	315	346	372	374	365	50	15,87
2.	Прийнято (працівників)	45	33	53	13	42	-3	-6,67
3.	Вибуло (працівників), у тому числі:	14	19	17	23	42	28	200,00
3.1.	за угодою сторін	6	16	8	10	12	6	100,00
3.2.	за власним бажанням	8	3	9	5	15	7	87,50
3.3.	переведення на іншу роботу	-	-	-	2	1	-	-
3.4.	відмова від продовження роботи внаслідок змін істотних умов праці	-	-	-	1	-	-	-
3.5.	скорочення у зв'язку зі зміною організаційної структури та штатного розпису	-	-	-	1	-	-	-
3.6.	застосування дисциплінарного стягнення	-	-	-	1	-	-	-
3.7.	у зв'язку із смертю	-	-	-	3	4	-	-
3.8.	закінчення строку призначення на посаду державної служби	-	-	-	-	10	-	-
5.	Коефіцієнт плинності кадрів, %	4,4	5	4,6	6,1	11,5	7,1	161,36

Джерело: власні розрахунки на основі [9; 10]

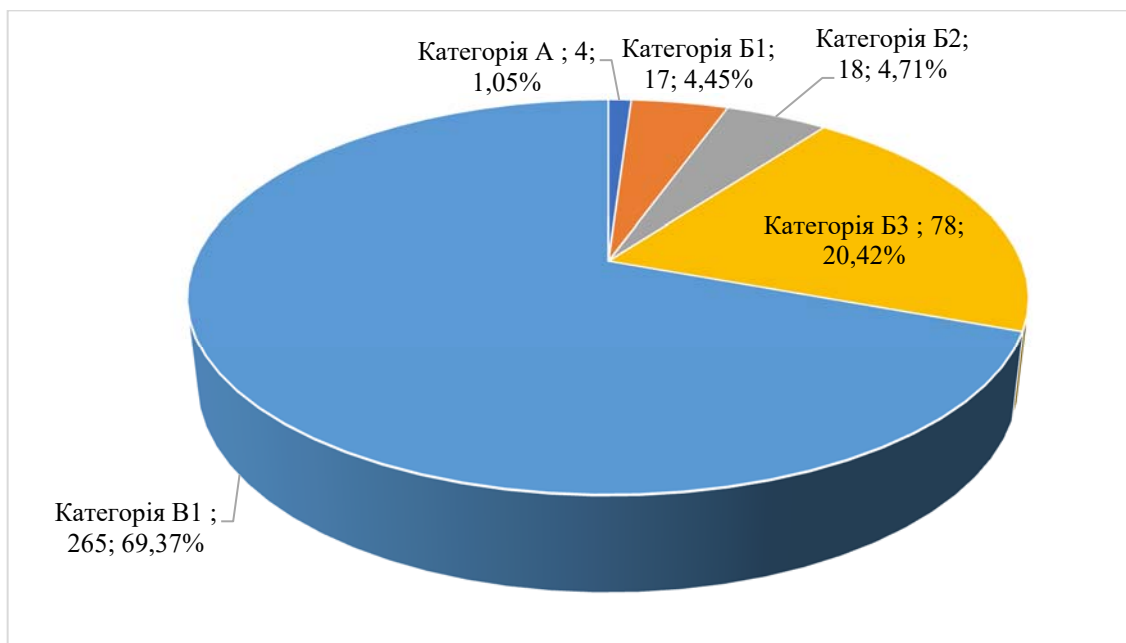


Рис. 1. Склад і структура персоналу Державіаслужби у 2021 році

Джерело: власні розрахунки

Динаміку кількості і структуру польотів, яке обслужило Державне підприємство обслуговування повітряного руху України (ДП Украерорух), наведено у табл. 2.

Протягом 2013–2015 років кількість внутрішніх польотів скоротилася з 37669 до 21870 одиниць, у подальші роки розпочався зворотний тренд, який супроводжувався їх зростанням до 30790 одиниць у 2019 році, різке скорочення до 21102 одиниць відбулося у 2020 році. За аналізований період 2013–2020 років абсолютне скорочення кількості внутрішніх польотів становить 16567 одиниць, або 43,98%.

Протягом 2013–2015 років кількість польотів з вильотом/прильотом скоротилася з 144856 до

86290 одиниць, у подальші роки розпочався зворотний тренд, який супроводжувався їх зростанням до 162937 одиниць у 2019 році, різке скорочення до 68870 одиниць відбулося у 2020 році. За аналізований період 2013–2020 років абсолютне скорочення кількості польотів з вильотом/прильотом становить 75986 одиниць, або 52,46%.

Протягом 2013–2016 років кількість транзитних польотів скоротилася з 352056 до 21870 одиниць, у подальші роки розпочався зворотний тренд, який супроводжувався їх зростанням до 141680 одиниць у 2019 році, різке скорочення до 52075 одиниць відбулося у 2020 році. За аналізований період 2013–2020 років

абсолютне скорочення кількості внутрішніх польотів становить 299981 одиниць, або 85,21%.

Таким чином, протягом 2013–2020 років найбільшими темпами скоротилися транзитні польоти, проміжними – польоти з вильотом/прильотом, найменшими – внутрішні польоти. За усіма видами польотів різке скорочення кількості спостерігається у 2020 році у зв'язку з поширенням COVID-19.

Протягом 2013–2016 років загальна кількість польотів скоротилася з 534581 до 214262 одиниць, у подальші роки розпочався зворотний тренд, який супроводжувався їх зростанням до 335407 одиниць у 2019 році, різке скорочення до 142047 одиниць відбулося у 2020 році. За аналізований період 2013–2020 років абсолютне скорочення загальної кількості польотів становить 142047 одиниць, або 73,43%.

Також протягом аналізованого періоду відбулися суттєві структурні зрушення. Частка внутрішніх польотів зросла з 7,05% до 14,86%, або на 7,81%, питома вага польотів з вильотом/прильотом зросла з 27,10% до 48,48%, або на 21,39%, а транзитних – скоротилася з 65,86% до 36,66%, або на 29,20%.

Формалізацію динаміки кількості польотів, яке обслужило ДП Украерорух протягом 2013–2020 років представлено у табл. 3.

Протягом 2013–2019 динаміка кількості усіх видів польотів описується поліноміальною функцією – параболою з гілками догори з високим значенням множинного коефіцієнту детермінації в інтервалах 0,79–0,96. Це віддзеркалює скорочення кількості польотів на початку аналізованого періоду і зростання до 2019 року. Різке скорочення кількості польотів у 2020 році порушило виявлені закономірності і для внутрішніх польотів та польотів з вильотом/прильотом не вдалося підібрати функцію, яка достовірно описує процес. Виключення становить динаміка транзитних перевезень, яка описується убива-

ючою ступеневою функцією із множинним коефіцієнтом детермінації $R^2 = 0,865$ через найбільше скорочення обсягів перевезень порівняно з іншими видами.

Державіаслужба відіграє важливу функцію міжнародного представництва як член таких органів: Міжнародна організація цивільної авіації (ІСАО), Європейська конференція цивільної авіації (ЄКЦА), Європейська організація з безпеки аеронавігації «Євроконтроль» (ЄВРОКОНТРОЛЬ). Через пандемію COVID-19 частина міжнародних заходів була скасована або перенесена на майбутні періоди, решта проводилася *on-line*.

Важливим напрямом діяльності Державіаслужби є забезпечення лібералізації повітряних перевезень шляхом підписання Угоди про Спільний авіаційний простір (САП), а також укладання договорів про регулярні авіаційні сполучення з такими країнами: Чеська Республіка, Французька Республіка, Угорщина, Італія, Португалія, Албанія, Німеччина, Австрія тощо. Державіаслужба розробляє і реалізує внутрішньодержавні процедури з укладання міжурядових угод про повітряне сполучення, а також внутрішньодержавні процедури з набрання чинності міжнародними договорами в галузі цивільної авіації.

Державіаслужба відіграє важливу роль в Євроатлантичній інтеграції України до НАТО шляхом участі у стратегічних сесіях, організованих Урядовим офісом європейської та євроатлантичної інтеграції Секретаріату Кабінету Міністрів України спільно з Комісією Україна–НАТО. Державіаслужба разом із ДП Украерорух, Міністерством оборони України, Збройними силами України та їх Повітряними Силами, Міністерством Зовнішніх справ України опрацювали Європейський документ із гармонізації правил польотів державних повітряних суден за приладами за межами відокремленого повітряного простору (EUROAT), який

Таблиця 3

Формалізація динаміки польотів, яке обслужило ДП Украерорух за 2013–2020 роки

Види польотів	Періоди	
	2013–2019	2013–2020
Внутрішні	$y = 1233,7x^2 - 10233x + 44329, R^2 = 0,79$	Не формалізуються достовірно
З вильотом/прильотом	$y = 5440,2x^2 - 37714x + 168733, R^2 = 0,89$	
Транзитні	$y = 17450x^2 - 169040x + 489775, R^2 = 0,96$	
		$y = 301685x^{-0,621}, R^2 = 0,865$

Джерело: власні розрахунки

Таблиця 2

Динаміку кількості і структури польотів, яке обслужило ДП Украерорух протягом 2013–2020 років

Види польотів	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Абс. приріст, од.	Темп приросту, %
	Од.									
Внутрішні	37669	26674	21870	23407	26476	29593	30790	21102	-16567	-43,98
з вильотом/прильотом	144856	107049	95504	104565	125738	146115	162937	68870	-75986	-52,46
Транзитні	352056	213882	117487	86290	101755	125145	141680	52075	-299981	-85,21
Разом	534581	347605	234861	214262	253969	300853	335407	142047	-392534	-73,43
	Структура, %									
Внутрішні	7,05	7,67	9,31	10,92	10,42	9,84	9,18	14,86	7,81	
з вильотом/прильотом	27,10	30,80	40,66	48,80	49,51	48,57	48,58	48,48	21,39	
Транзитні	65,86	61,53	50,02	40,27	40,07	41,60	42,24	36,66	-29,20	
Разом	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,00	

Джерело: власні розрахунки

був затверджений 22.12.2020 Євроконтролем у формі 8-мої версії EUROAT.

Інноваційним результатом діяльності Державіаслужби є розробка інтерактивної платформи для візуалізації рівнів авіаційного шуму NOMOS (*noise monitoring systems* – <https://nomos.avia.gov.ua/>) за підтримки Урядового офісу координації європейської та євроатлантичної інтеграції та *GIZ Ukraine*. Він відповідає Главі 6 «Навколишнє середовище» Розділу V «Економічне та секторальне співробітництво» Угоди України про Асоціацію з ЄС у частині вирішення регіональних і глобальних проблем навколишнього середовища, у т.ч. у сфері шумового забруднення.

Державіаслужба опікується поширенням найкращих практик енергоефективності та розбудовою «зеленої» інфраструктури в цивільних аеропортах України, зокрема шляхом розробки навчального курсу «*Fly Green*» за підтримки Урядового офісу координації європейської та євроатлантичної інтеграції та *GIZ Ukraine*. Він представлений оглядовими відео уроками за такими темами: чиста енергія (*clean energy*), управління відходами, зелена мобільність, адаптація до змін клімату, фінансові механізми забезпечення енергоефективності тощо.

Державіаслужба бере участь у роботі міжвідомчої групи з питань координації подолання наслідків зміни клімату в рамках ініціативи Європейської Комісії «Європейський зелений курс». До реалізації програми *CORSIA (Carbon Offsetting and Reduction Scheme for International Aviation)* залучені авіаційні підприємства шляхом стимулювання розвитку ринку альтернативних видів *альтернативних видів палива для авіаційних та інших видів транспорту*.

Відповідно до вимог Авіаційних правил України «Технічні вимоги та адміністративні процедури щодо моніторингу викидів (емісії) експлуатантами цивільних повітряних суден» від 02.08.2019 № 1001 Державіаслужба здійснює моніторинг викидів CO₂, формує узагальнений звіт України щодо сумарного викиду CO₂, який направляє до ІКАО. Планується реалізація програми впровадження ринкового механізму компенсації та скорочення викидів CO₂ для міжнародної цивільної авіації.

Державіаслужба проводить значну роботу із забезпечення відповідності цивільної авіації України міжнародним стандартам у рамках підписаної Конвенції, з якої випливають обов'язки України щодо дотримання Стандартів та Рекомендованої практики *SARPs (Standards and Recommended Practices) ICAO*. Координаційна місія Міжнародної організації цивільної авіації з валідації (*ICVM*) визнала значне підвищення Україною рівня ефективності імплементації *SARPs* відносно 2017 року (до 78,16%) в частині організації державної системи контролю за безпекою польотів та управління нею. Наведений показник перевищує середньоєвропейський та середньосвітовий рівень. Напрямами перевірки *ICVM* є такі елементи державної системи контролю за забезпеченням безпеки польотів: нормативно-правові акти цивільної авіації, її організація, видача свідоцтв авіаційному персоналу та підготовка кадрів, виконання польотів повітряних суден, їх льотна придатність, розслідування авіаційних подій та інцидентів, аеронавігаційне обслуговування, аеродроми та наземні засоби.

Заслугує на увагу *Система менеджменту якості Державіаслужби, яка успішно* пройшла ресертифікацію відповідно до вимог міжнародного стандарту *ISO 9001:2015* і отримала продовження терміну дії сертифікату відповідності до 2024 року. Щорічні наглядні аудити Державіаслужби здійснює Компанія *Bureau Veritas Certification Holding SAS – UK Branch*.

Важливу роль відіграла Державіаслужба у розробці заходів, спрямованих на запобігання поширенню *COVID-19* шляхом прийняття: Експлуатаційних заходів щодо попередження розповсюдження інфекції коронавірусу *SARS-CoV-2*, Внесення змін до Рішення з безпеки польотів від 28.05.2020 № 2020-05, Експлуатаційних заходів щодо виявлення та вирішення загроз безпеки, пов'язаних із поверненням до звичайної експлуатації після пандемії *COVID-19*, Упровадження самодекларації пасажирів про стан здоров'я у зв'язку з *COVID-19* для цілей охорони здоров'я, Керівництва для авіаперевізників щодо попередження розповсюдження коронавірусної хвороби *COVID-19* тощо.

Державіаслужба проводить послідовну роботу з цифрової трансформації авіаційного транспорту шляхом створення сайту «Авіаційний портал» (<https://portal.avia.gov.ua/>), а також Єдиної інформаційної системи, які забезпечують: автоматизацію подання заявок та документів для отримання або анулювання ліцензії на перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів повітряним транспортом; модернізацію Державного реєстру цивільних повітряних суден в частині гармонізації з іншими державними реєстрами та базами даних.

В умовах воєнного стану Державіаслужба у 2022 році вжила всіх можливих заходів для недопущення переобрання рф до Ради ІКАО на 41-й сесії Асамблеї через грубе нехтування рф ключовими принципами міжнародного повітряного права, зокрема Чиказької конвенції, знищення мирного населення, повітряної та наземної цивільної інфраструктури України. Державіаслужба в умовах війни підтримує відповідний рівень його операційної спроможності, забезпечити належний рівень нагляду за безпекою польотів зареєстрованих в Україні авіаперевізників.

Одним із пріоритетних напрямів діяльності Державіаслужби є вжиття заходів, спрямованих на протидію корупції відповідно до прийнятої Антикорупційної програми. Для зниження корупційних ризиків: введено обмеження граничної висоти та планування забудови земельних ділянок на приаеродромній території у містобудівних умовах, прийнято Авіаційні правила України «Порядок та умови повітряних перевезень небезпечних вантажів», «Вимоги до провайдерів аеронавігаційного обслуговування, провайдерів послуг дизайну процедур польотів, провайдерів аеронавігаційних даних та до системи сертифікації та нагляду за ними», «Технічні вимоги та адміністративні процедури для сертифікації та експлуатації наземних засобів зв'язку, навігації та спостереження в цивільній авіації».

У рамках наближення до законодавства ЄС Державіаслужба реалізує Проект SAFER-U розвитку авіаційної законодавчої бази України у співпраці з Європейською Комісією шляхом вдосконаленні національних правил безпеки польотів в сферах льотної експлуатації цивільних повітряних суден (OPS) та сертифікації льотного екіпажу цивільної авіації (FCL). Усі зареєстро-

вані українські авіакомпанії, навчальні організації та льотний екіпаж мають відповідати новим стандартам. Програмні результати проекту орієнтовані на імплементацію положень, що впливають на реалізацію Угоди про САП між ЄС та Україною, Робочих домовленостей між Державіаслужбою та Європейським агентством з безпеки авіації (EASA).

Висновки.

1. Досліджено ретроспективу створення Державіаслужби, її підпорядкованість, завдання та функції, правовий статус, організаційну структуру та еволюцію її змін. На даний момент її структура складається з 8 управлінь: авіаційних перевезень та міжнародного співробітництва; аеродромів та аеропортів); аеронавігації; підтримання льотної придатності; сертифікації типу авіаційної техніки); роботи з персоналом з льотної експлуатації; виконання польотів; регіональних інспекцій.

2. Проведено аналіз кадрового забезпечення Державіаслужби протягом 2017–2021 років, визначено, що його вадами є: неуккомплектованість штату, незважаючи на зростання середньооблікової чисельності штатних працівників, збільшення коефіцієнту плинності кадрів. Якісний склад персоналу представлений п'ятьма категоріями – керівництвом та державними службовцями, переважна питома вага приходить на категорію В1 – це головні спеціалісти, державні інспектори з авіаційного нагляду та працівники, які виконують функції з обслуговування. За гендерною ознакою в загальному обсязі фактичної чисельності та за категоріями превалює питома вага чоловіків.

3. Надано оцінку динаміці кількості і структури польотів, яке обслужило Державне підприємство обслуговування повітряного руху України. Встановлено, що протягом 2013–2020 років найбільшими темпами скоротилися транзитні польоти, проміжними – польоти з вильотом/прильотом, найменшими – внутрішні польоти. За усіма видами польотів різке скорочення кількості спостерігається у 2020 році у зв'язку з поширенням COVID-19. Також протягом аналізованого періоду відбулися суттєві структурні зрушення. Незважаючи на найменшу частку внутрішніх польотів, вона зросла, питома вага польотів з вильотом/прильотом з проміжною питомаю вагою також зросла, а транзитних – з найбільшою часткою на початок періоду – істотно скоротилася.

4. За підсумками формалізації динаміки кількості польотів, яке обслужило ДП Украерорух протягом 2013–2020 років, встановлено, що динаміка кількості усіх їх видів описується поліноміальною функцією – параболою з гілками догори з високим значенням множинного коефіцієнту детермінації. Це віддзеркалює скорочення кількості польотів на початку аналізованого періоду і зростання до 2019 року. Різке скорочення кількості польотів у 2020 році порушило виявлені закономірності і для внутрішніх польотів та польотів з вильотом/прильотом не вдалося підібрати

функцію, яка достовірно описує процес. Виключення становить динаміка транзитних перевезень, яка описується убиваючою ступеневою функцією із високим значенням множинного коефіцієнту детермінації через найбільше скорочення обсягів перевезень порівняно з іншими видами.

5. Узагальнено зміст і здобутки функцій Державіаслужби у частині: міжнародного представництва, забезпечення лібералізації повітряних перевезень шляхом підписання Угоди про Спільний авіаційний простір, а також укладання договорів про регулярні авіаційні сполучення з рядом європейських країн; реалізації внутрішньодержавних процедур з укладення міжурядових угод про повітряне сполучення та набрання ними чинності; підтримки Євроатлантичної інтеграції України до НАТО; розробки інтерактивної платформи для візуалізації рівнів авіаційного шуму NOMOS; поширення найкращих практик енергоефективності та розбудови «зеленої» інфраструктури в цивільних аеропортах України; залучення авіаційних підприємств до реалізації програми CORSIA шляхом стимулювання розвитку ринку альтернативних видів авіаційного палива; впровадження ринкового механізму компенсації та скорочення викидів вуглецю для міжнародної цивільної авіації; забезпечення відповідності цивільної авіації України міжнародним стандартам; впровадження системи менеджменту якості; розробки заходів, спрямованих на запобігання поширенню COVID-19; проведення послідовної роботи з цифрової трансформації авіаційного транспорту; підтримки відповідного рівня його операційної спроможності в умовах воєнного стану; послідовної реалізації прийнятої антикорупційної програми та проекту SAFER-U розвитку авіаційної законодавчої бази України.

6. Перспективами розвитку Державіаслужби є: остаточна інтеграція України у спільний авіаційний простір Європейського Союзу; відкриття Постійного представництва України при ICAO; сприяння розвитку ринку безпілотних повітряних суден та їх безпеки; реалізації концепції розвитку авіації загального призначення; спрощення процедур сертифікації льотної придатності і дозволу на виконання польотів для окремих імпортованих в Україну повітряних суден; подальша лібералізація ринку авіаційних перевезень і послуг з наземного обслуговування; імплементація декларативного принципу відповідності для суб'єктів авіаційної діяльності; дерегуляція ринку послуг з продажу повітряних перевезень вантажів, у тому числі небезпечних; гармонізація законодавства України та ЄС у частині питань авіаційної безпеки цивільної авіації; спрощення алгоритму надання публічних послуг; подальша цифровізація впровадження системи зовнішнього електронного документообігу.

Метою подальшого дослідження є визначення ретроспективи та стратегічних засад інституціонального розвитку аеропортів України.

Список використаних джерел:

1. Брусакова О.В. Суб'єкти державного регулювання в галузі авіаційного транспорту та їх адміністративно-правовий статус. *Вісник Пенітенціарної асоціації України*. 2020. № 2. С. 59–73.
2. Горбатюк Я.В. Нормативно-правове регулювання інформаційно-аналітичної діяльності Державної авіаційної служби України. *Юридичний вісник. Повітряне і космічне право*. 2013. № 1. С. 10–13.

3. Мілімко Л.В. Правове регулювання здійснення державного нагляду (контролю) за господарською діяльністю авіаційних підприємств. *Юридичний вісник. Повітряне і космічне право*. 2020. № 3. С. 24–31.

4. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007 № 877-V. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text>

5. Кирилук Н.Д. Адміністративно-правовий статус органу державного регулювання діяльності цивільної авіації України. *Право і суспільство*. 2021. № 3. С. 88–93.

6. Про Державну службу України з нагляду за забезпеченням безпеки авіації: Указ Президента України від 15.07.2004 № 803/2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803/2004#Text>

7. Про затвердження Положення про Державну авіаційну службу України: Постанова Кабінету Міністрів України; Положення від 08.10.2014 № 520. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/520-2014-%D0%BF#Text>

8. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України від 11.09.2003 № 1160-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15#Text>

9. Звіт про діяльність Державної авіаційної служби України за 2020 рік. URL: https://avia.gov.ua/wp-content/uploads/2021/02/Zvit_2020.doc

10. Звіт про діяльність Державної авіаційної служби України за 2021 рік. URL: https://avia.gov.ua/wp-content/uploads/2022/02/Zvit_2021_DASU.docx

References:

1. Brusakova O.V. (2020). Subiekty derzhavnoho rehulivannia v haluzi aviatsiinoho transportu ta yikh administratyvno-pravovyi status [Subjects of state regulation in the field of air transport and their administrative and legal status]. *Visnyk Penitentsiarnoi asotsiatsii Ukrainy*, 2, 59–73. [in Ukrainian]

2. Horbatiuk Ya.V. (2013). Normatyvno-pravove rehulivannia informatsiino-analitychnoi diialnosti Derzhavnoi aviatsiinoi sluzhby Ukrainy [Regulatory and legal regulation of information and analytical activities of the State Aviation Service of Ukraine]. *Yurydychnyi visnyk. Povitriane i kosmichne pravo*, 1, 10–13. [in Ukrainian]

3. Milimko L.V. (2020). Pravove rehulivannia zdiisnennia derzhavnoho nahliadu (kontroliu) za hospodarskoiu diialnistiu aviatsiinykh pidpriemstv [Legal regulation of state supervision (control) over the business activities of aviation enterprises]. *Yurydychnyi visnyk. Povitriane i kosmichne pravo*, 3, 24–31. [in Ukrainian]

4. The Verkhovna Rada of Ukraine (2007). The Law of Ukraine «On the basic principles of state supervision (control) in the sphere of economic activity». Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text> [in Ukrainian]

5. Kyryliuk N.D. (2021). Administratyvno-pravovyi status orhanu derzhavnoho rehulivannia diialnosti tsyvilnoi aviatsii Ukrainy [Administratively-the legal status of the body of state regulation of civil aviation of Ukraine]. *Pravo i suspilstvo*, 3, 88–93. [in Ukrainian]

6. The President of Ukraine (2004). Decree of Ukraine «About the State Service of Ukraine for Aviation Safety Supervision». Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803/2004#Text> [in Ukrainian]

7. The Cabinet of Ministers of Ukraine (2014). Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On the approval of the Regulations on the State Aviation Service of Ukraine». Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/520-2014-%D0%BF#Text> [in Ukrainian]

8. The Verkhovna Rada of Ukraine (2003). The Law of Ukraine «On the principles of state regulatory policy in the field of economic activity». Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15#Text> [in Ukrainian]

9. The State Aviation Service of Ukraine (2021). Report on the activities of the State Aviation Service of Ukraine for 2020. Available at: https://avia.gov.ua/wp-content/uploads/2021/02/Zvit_2020.doc [in Ukrainian]

10. The State Aviation Service of Ukraine (2022). Report on the activities of the State Aviation Service of Ukraine for 2021. Available at: https://avia.gov.ua/wp-content/uploads/2022/02/Zvit_2021_DASU.docx [in Ukrainian]

УДК 351;336

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/186-23>**Супрунова І.В.**доктор наук з державного управління, доцент,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5484-6421>**Прокопчук М.Л.**магістр,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-9390-9700>**Suprunova Iryna, Prokopchuk Mykhailo**
Zhytomyr Polytechnic State University

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

В статті окреслено сутність поняття «бідність». Висвітлено світові тенденції поширення бідності та особливості такого явища в Україні. Розглянуто країни за рівнем ВВП на душу населення. Проведено критичний аналіз рівня крайньої бідності країн світу за даними Світового банку. Охарактеризовано взаємозв'язок тіньової економіки та добробуту населення України в контексті забезпечення національної безпеки. Проведено критичний аналіз динаміки і сучасного стану наростання проблеми бідності та погіршення рівня добробуту в Україні у зв'язку з повномасштабною війною з країною-терористом. Окреслено необхідність удосконалення державної політики детінізації, яка комплексно поєднає вирішення основних проблем держави на шляху післявоєнної відбудови, в тому числі підвищення добробуту населення України.

Ключові слова: тіньова економіка, державна політика, проблема бідності, добробут, національна безпека, детінізація економіки.

THE RELATIONSHIP OF THE SHADOW ECONOMY AND THE WELFARE OF THE POPULATION OF UKRAINE IN THE CONTEXT OF ENSURING NATIONAL SECURITY

The article outlines the essence of the concept of "poverty" as a phenomenon that reflects the impossibility due to a lack of funds to maintain the optimal standard of living inherent in a specific society in a specific period of time, or poverty is interpreted as the impossibility of maintaining the minimum level of consumption, which is determined on the basis of physiological, socially and culturally determined regulations. According to the first approach, all those who live below a certain average standard of society are considered poor; and according to the second – only those who live below the minimum level defined by society. Thus, having an economic origin, poverty is a much broader phenomenon. It has been established that poverty is a multidimensional concept that includes different facets and has different ways of manifestation. The global trends in the spread of poverty and the peculiarities of this phenomenon in Ukraine are highlighted. The countries were considered by the level of GDP per capita. The concept of extreme poverty is considered as a type of poverty, which is known as the condition of a family or an individual who has a number of disadvantages that prevent them from participating in all social activities of the community. It is established that according to the United Nations (UN), this type of poverty is the most serious state of poverty, the term extreme poverty is used to denote a person who cannot meet his basic needs, in particular, in the sense of needs consisting of food, drink water, sleep at home, and access to education and health. A critical analysis of the level of extreme poverty in the countries of the world according to the data of the World Bank was carried out. A critical analysis of the dynamics and current state of the growth of the problem of poverty and deterioration of the level of kindness in Ukraine in connection with a full-scale war with a terrorist country has been carried out. The relationship between the shadow economy and the well-being of the population of Ukraine in the context of ensuring national security is characterized. The necessity of improving the state policy of detinization, which will comprehensively combine the solution of the main problems of the state on the path of post-war reconstruction, including improving the welfare of the population of Ukraine, is outlined.

Key words: shadow economy, state policy, problem of poverty, well-being, national security, detinization of the economy.

JEL classification: E26, O17, H26

Постановка проблеми. За рівнем бідності в сучасному світі визначають ефективність дій влади, стан розвитку економіки, напрями соціальних державних програм. У країні з бідним народом не може бути сильної та сталої економіки, прозорої та міцної влади, відкритої та чесної політики, високого рівня національної безпеки. Чим менше бідних у суспільстві, тим більш стабільною та ефективною є державна політика. Висо-

кий рівень тінізації економіки та бідності є загрозами національній безпеці і виступають глобальними проблемами сучасності у багатьох країнах світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження, які пов'язані з вивченням рівня добробуту громадян, здійснювали такі вчені: Гвелесіані А., Грیشнова О., Длугопольський О., Колот А., Лібанова Е., Малий І., Маслоу А., Мортіков В., Нордгауз В.,

Пачишин С., Пігу А., Самуельсон П., Сіджвік Г., Сен А., Тобін Дж., Холод Н. та ін. Аспекти тінізації економіки та окремі моменти взаємозв'язку тінізації економіки з рівнем життя населення висвітлювали в своїх дослідженнях такі вітчизняні науковці: Базилюк А., Варналій З., Грицишен Д., Кіржецький Ю., Коваленко С., Мазур І., Свірко С., Турчинов О. та інші вчені.

Враховуючи проблематику досліджень та віддаючи належне напрацюванням вчених у даній сфері, слід відмітити, що ряд проблем, які потребують ґрунтовного дослідження, залишились частково або повністю поза їх увагою. Одним з таких актуальних питань є висвітлення впливу тінізації економіки на рівень добробуту населення в контексті забезпечення національної безпеки.

Метою статті є дослідити взаємозв'язок тіньової економіки та добробуту населення України в контексті забезпечення національної безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження.

На сьогодні бідність є однією з ключових проблем людства та поширена по всьому світу у різних проявах та масштабах. Бідність – суспільна проблема, яка вимагає практичних дій щодо її зменшення, потребує об'єктивної та всебічної наукової оцінки поширення бідності українському суспільстві з боку органів державної влади та органів місцевого самоврядування для розробки ефективних програм соціальної допомоги й упорядкування несправедливої диференціації доходів населення.

Бідність як соціально-економічне явище тісно пов'язана як із рівнем економічного розвитку, так і з нерівністю в доступі до матеріальних і нематеріальних благ. Це означає, що, по-перше, бідність існуватиме

завжди, змінюється тільки форма її прояву; по-друге, вона відносна в часі та просторі. Кожна країна в конкретний історичний період використовує своє розуміння бідності. Кількість людей, що живуть у бідності, тісно пов'язана з рівнем безробіття та відсутністю освіти серед членів вразливих громад.

Відповідно до цілей сталого розвитку ООН, подолання бідності у всіх формах залишається однією з найбільших проблем, що стоять перед людством. Хоча за період з 1990 по 2015 р. кількість осіб, які живуть в умовах крайньої бідності, зменшилася більш ніж наполовину – з 1,9 млрд. до 836 млн. – проте забагато з них досі борються за задоволення базових людських потреб. У всьому світі понад 800 мільйонів людей досі живуть на суму, меншу за 1,25 дол. на день. Багато з них не забезпечені достатнім харчуванням, чистою питною водою та засобами санітарії. Швидке економічне зростання в таких країнах, як Китай та Індія, вивело з бідності мільйони людей, але прогрес досі є нерівномірним. Жінки частіше живуть у бідності, ніж чоловіки, через нерівний доступ до оплачуваної роботи, освіти та майна.

В інших регіонах прогрес також був недостатнім, зокрема, у країнах Південної Азії та Африки на південь від Сахари, на частку яких припадає 80% тих, хто живе в умовах крайньої бідності. Нові загрози, викликані кліматичними змінами, конфліктами та відсутністю продовольчої безпеки, означають, що необхідно зробити ще більше для того, щоб вивести людей із бідності [1].

Важливим при дослідженні світових тенденцій розповсюдження бідності є аналіз ВВП як індикатора отримання доходів тієї чи іншої країни. При цьому,

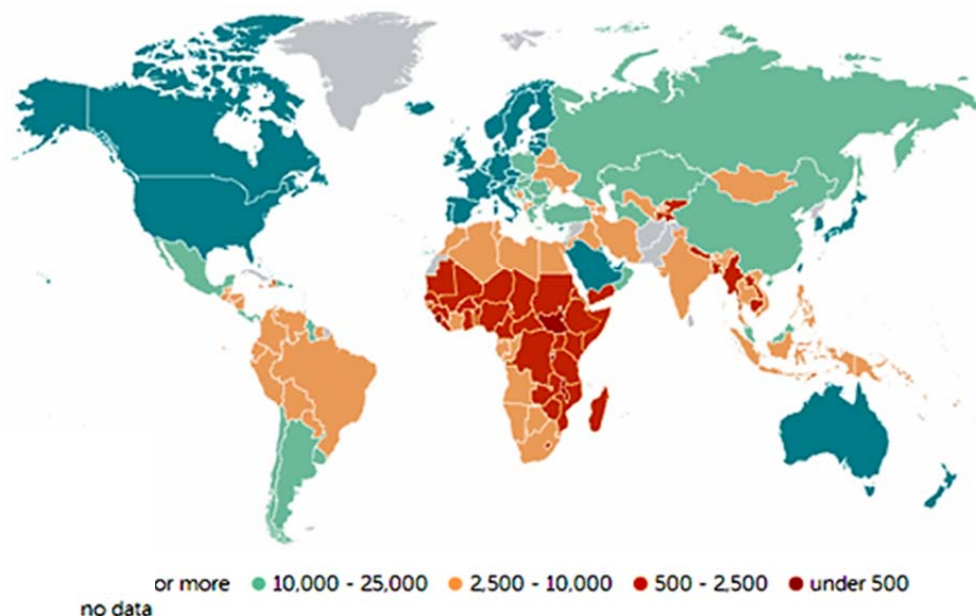


Рис. 1. Мапа, що зображує країни за рівнем ВВП на душу населення, згідно з даними МВФ на 2023 рік

Джерело: [2]

¹ Валовий внутрішній продукт – макроекономічний показник, що показує ринкову вартість усіх кінцевих товарів та послуг, вироблених за рік у всіх галузях економіки на території держави для споживання, експорту та накопичення, незалежно від національної приналежності використаних факторів виробництва.

варто зазначити про необхідність оцінки ВВП на душу населення, що дозволить виключити великі масштаби виробництва за рахунок не високої технологічності та інноваційності праці, а внаслідок високої чисельності населення.

Графічне відображення поділу країн за показником ВВП на душу населення наведено на рис. 1.

Серед країн, які мають найвищий ВВП на душу населення, є Люксембург, Ірландія, Норвегія, Швейцарія, Сінгапур, Катар, США, Німеччина, Австралія тощо. ВВП на душу населення дещо відрізняється від номінального, дозволяючи зробити висновки про те, в яких країнах формування національного доходу можливе за рахунок ефективного виробництва, а в яких – за рахунок високої чисельності населення (КНР, Індія, Бразилія). Дані також дозволяють побачити, що Україна має нижчий рівень ВВП за країн-сусідів. Так ВВП на душу населення в Україні становить 4,65 тис., у порівнянні з 132,37 тис. в Люксембурзі, який очолює рейтинг.

При більш детальному аналізі ВВП на душу населення в Україні доцільно розглянути динаміку росту показника впродовж останнього десятиліття (рис. 2).

Відповідно до даних статистики, до початку гібридної війни, а на сьогодні повномасштабної війни, ВВП України на душу населення активно зростало впродовж років. Позитивна тенденція росту рівня ВВП, була обумовлена також зростанням загального людського розвитку і підвищення загального рівня продуктивності населення не лише в Україні, але також по всьому світу. Така тенденція також пов'язана з науково-технічним розвитком, покращенням рівня медицини та освіти. Зокрема, за 2020 рік показник ВВП зріс на 219538 млн. грн., не дивлячись поширення пандемії COVID-19, яка стала викликом для всього світу і, перш за все, викликом для виробництва. Кризовим моментом стали 2014-2015 роки, зважаючи на воєнне втручанням країни-агресора та необхідність проведення антикризової політики. Переломним моментом, який

розділив історію незалежної України на «до» і «після» став початок у 2022 році повномасштабної війни з росією, яка завдала величезних економічних збитків нашій країні та звісно знайшла відображення у падінні як номінального, так і реального ВВП.

Доцільно також розглянути рівень крайньої бідності країн світу (рис. 3).

При аналізі даних можна прослідкувати зв'язок між рівнем ВВП і рівнем крайньої бідності по континентам. При цьому, найбільш бідними регіонами світу є країни Африки, Південної Америки, а також Північної Азії. Дані по Україні є не досить висвітленими, враховуючи їх відсутність за останнє десятиліття.

При більш детальному аналізі візуалізації рівня крайньої бідності можна зробити висновок, що лише п'ять країн Африканського континенту мають досить низький коефіцієнт бідності. Дані країни (Алжир, Туніс, Лівія, Єгипет і Марокко) мають перевагу за рахунок чудово розвинутого туристичного бізнесу, наявності за рахунок цього великої кількості робочих місць і постійного доходу за рахунок вдалого географічного розташування та клімату. Щодо країн Азії, варто зазначити досить високу частку людей із категорії крайньої бідності в Індії, Непалі, Пакистані, Республіці Бангладеш, В'єтнамі. Чинниками даної ситуації можуть виступати як військові загострення, так і неякісна державна політика. Одним із важливих факторів виступає також проблема перенаселення та, водночас, відсутності достатньої кількості робочих місць, банальна нестача ресурсів (як фінансових, так і природних для забезпечення мінімальних умов для життя).

У Європі лише Румунія має понад 5% населення, яке живе в крайній бідності. Решта країн мають частку менше 5% і багато з них – 0,0%. Це пояснює привабливість європейських країн, які мають розвинену економіку та високий ресурсний потенціал для мігрантів з різних країн.

За даними Світового банку, Україна через повномасштабне вторгнення росії була відкинута на 15 років

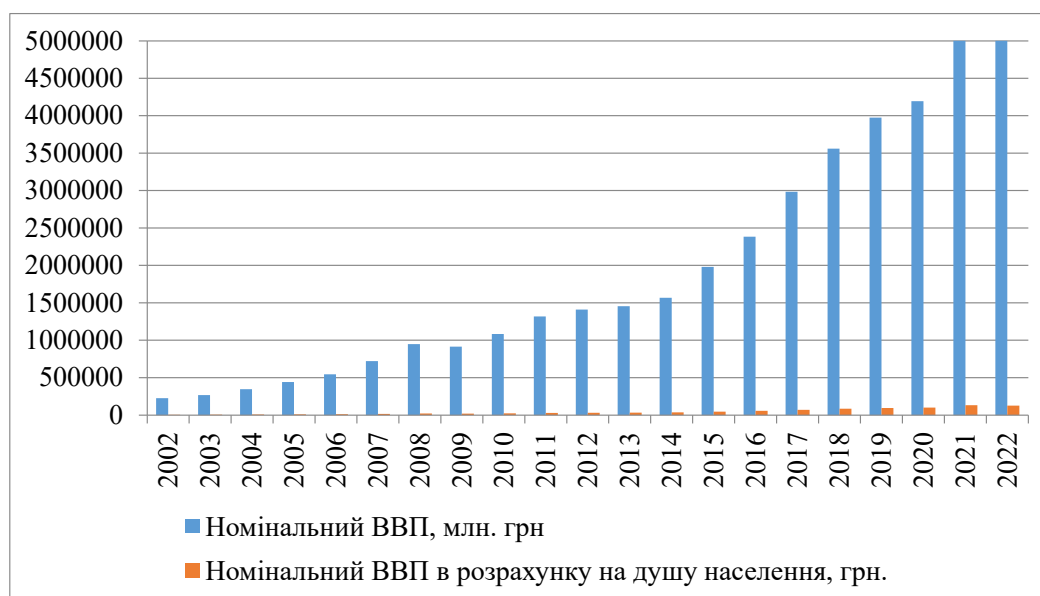


Рис. 2. Номінальний валовий внутрішній продукт України з 2012 по 2022 рр., грн

Джерело: [3]

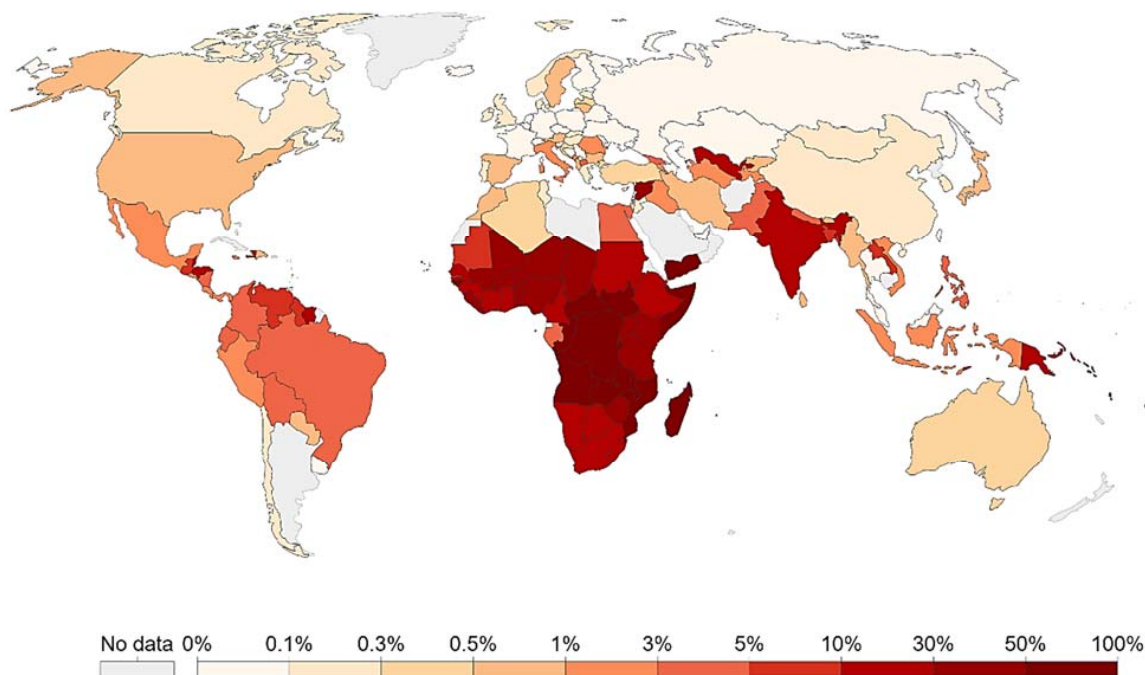


Рис. 3. Рівень крайньої бідності країн світу за даними Світового банку

Джерело: [4]

назад у досягненні своїх цілей щодо скорочення рівня бідності. За даними організації через війну вже вдсятеро збільшилася кількість тих, хто живе за межею бідності. За підсумками 2022 року рівень бідності в Україні перевищив 24%, і до кінця 2023 року, за прогнозами, може зрости до 55%. Як повідомляє The Guardian з посиланням на звіт Світового банку, найбільш відчутні наслідки зубожіння зафіксовані в сільській місцевості, оскільки між містом і селом спостерігається великий розрив.

Проблема подолання бідності може бути подолана передусім через реалізацію ефективних заходів державної політики за такими напрямками як детінізація ринку праці та економіки, зростання зайнятості мешканців та розвиток ринку праці, зростання ступеня доходів від трудової діяльності, покращення системи соціального законодавства в напрямку зміцнення захисту робітників на вчасне одержання заробітної плати. Всі зазначені вище проблеми потрібно розв'язувати в комплексі та системно, на принципах інституалізації ринку праці й досягнення пришвидшеного економічного розвитку.

Україна потребує економічної та політичної стабільності, необхідних для збільшення доходів від податків

та вкладень у державний сектор економіки, створення фінансового підґрунтя для підвищення соціальних стандартів і гарантій (мінімальної заробітної плати та пенсії, реально необхідного прожиткового мінімуму, збалансованого споживчого кошика) у взаємозв'язку з політикою подолання корупції та детінізації економіки, запуску прискореного механізму розвитку та зростання добробуту населення країни у період післявоєнної відбудови України.

Висновки. Попередні роки були ознаменовані суттєвими негативними змінами у показниках монетарної бідності внаслідок коронавірусної кризи та карантинних заходів, а також негативні впливи торкнулися інших аспектів життя, зокрема тих, які ототожнюються з проявами немонетарної бідності. Початок повномасштабної війни з країною-агресором у 2022 році несе різкий негативний вплив на економіку країни та на зниження життєвого рівня населення. Так, за міжнародними прогнозами вже до кінця 2023 року рівень бідності в Україні може сягнути 55%. В таких важких реаліях лише виважена політика держави щодо подолання бідності населення та мінімізації внутрішніх та зовнішніх політичних, безпекових та економічних ризиків може сприяти покращенню ситуації.

Список використаних джерел:

1. Ціль сталого розвитку 1 «Подолання бідності». Цілі сталого розвитку в Україні. ООН в Україні. 2023. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs/1>
2. GDP per capita, current prices. 2023. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPDPC@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD>
3. Офіційний веб-портал Державна служба статистики України. Економічна статистика / Національні рахунки. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Joe Hasell, Max Roser, Esteban Ortiz-Ospina, Pablo Arriagada. Poverty. World Bank. URL: <https://ourworldindata.org/poverty>

References:

1. Tsil staloho rozvytku 1 «Podolannia bidnosti». Tsili staloho rozvytku v Ukraini. OON v Ukraini. 2023. Available at: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs/1>
2. GDP per capita, current prices. 2023. International Monetary Fund. Available at: <https://www.imf.org/external/datamapper/NGDPDPC@WEO/OEMDC/ADVEC/WEOWORLD>
3. Ofitsiinyi veb-portal Derzhavna sluzhba statyky Ukrainy. Ekonomichna statykyka / Natsionalni rakhunky. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Joe Hasell, Max Roser, Esteban Ortiz-Ospina, Pablo Arriagada. Poverty. World Bank. Available at: <https://ourworldindata.org/poverty>

Наукове видання

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Збірник наукових праць

№ 186, 2023

Українською та англійською мовами

Відповідальний редактор: *Вертелецька О.М.*

Технічний редактор: *Войтюк Ю.Г.*

Підписано до друку 30.08.2023 р.

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 15,81.

Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглєзі, 6/1

Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 7623 від 22.06.2022 р.