

ISSN 2522-1205 (Print)
ISSN 2522-1213 (Online)

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

ВИПУСК 73

ЛЬВІВ
ВИДАВНИЦТВО ЛЬВІВСЬКОГО
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
2023

Вісник Львівського торговельно-економічного університету / [ред. кол.: Куцик П. О., Семак Б. Б. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2023. – Вип. 73. – 128 с. – (Економічні науки).

Збірник наукових праць

Випуск 73

Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна перейменовано у Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки.

Згідно з наказом МОН України № 1643 (Додаток 4) від 28.12.2019 вісник включено до Переліку наукових фахових видань України категорії “Б”.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого ЗМІ від 7.06.2016 р. Серія КВ № 22161-12061 ПР. Друкується за ухвалою Вченої ради Львівського торговельно-економічного університету.

Протокол № 2 від 31 серпня 2023 року

Редакційна колегія:

Куцик Петро Олексійович, д.е.н., проф. (головний редактор);

Семак Богдан Богданович, д.е.н., проф., (заступник головного редактора);

Міценко Наталія Григорівна, д.е.н., проф., (заступник головного редактора);

Музичка Олександра Миронівна, к.е.н., доц. (відповідальний секретар);

Базиліук Володимир Богданович, д.е.н., проф.;

Васильців Тарас Григорович, д.е.н., проф.;

Виноградова Олена Володимирівна, д.е.н., проф.;

Воронко Роман Михайлович, д.е.н., проф.;

Князева Тетяна В'ячеславівна, д.е.н., доц.;

Ковальчук Світлана Володимирівна, д.е.н., проф.;

Копиліук Оксана Іванівна, д.е.н., проф.;

Кореніук Петро Іванович, д.е.н., проф.;

Літвінов Олександр Сергійович, д.е.н., проф.;

Лопашук Інна Афанасіївна, к.е.н., доц.;

Лупак Руслан Любомирович, д.е.н., проф.;

Міщук Ігор Пилипович, д.е.н., проф.;

Поліщук Ірина Ігорівна, д.е.н., доц.;

Полякова Юлія Володимирівна, д.е.н., доц.;

Сафонов Юрій Миколайович, д.е.н., проф.;

Свидрук Ірена Ігорівна, д.е.н., проф.;

Трут Ольга Олексіївна, д.е.н., проф.;

Черкасова Світлана Василівна, д.е.н., проф.;

Хлуска Йоланта, Dr hab., проф., (Республіка Польща);

Шавга Лариса Афанасіївна, д.е.н., проф., (Республіка Молдова);

Шимановська-Діанич Людмила Михайлівна, д.е.н., проф.

Відповідальний за випуск – д.е.н., проф. **Семак Б. Б.**

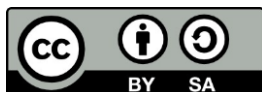
Видання індексується у наукометричних базах:

Ulrich's Periodicals, Index Copernicus, Google Scholar, World Cat

DOI: 10.32782/2522-1205

DOI: 10.32782/2522-1205-2023-73

Електронна версія : <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom>



© Львівський торговельно-економічний університет,
2023

ЗМІСТ

Куцик П. О., Щупаківський Р. В.

КОНЦЕПЦІЙНІ ПОЛОЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ АНАЛІЗУВАННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....7

Sylwia Nycz-Wojtan

WŁĄCZENIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W DZIAŁALNOŚĆ
KRAJOWYCH PRZEDSIĘBIORSTW W WARUNKACH WOJNY.....14

Сороківський В. М., Воронко О. С., Бурдик О. Ю.

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА....20

Балук Н. Р., Басій Н. Ф., Гліненко Л. К., Дайновський Ю. А.

КОМУНІКАЦІЙНІ ПРИЙОМИ У МАРКЕТИНГУ.....26

Чижевська М. Б., Кудінов О. М.

ЕКОНОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ
СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....36

Руцишин Н. М., Завалиніч Р. В., Леськів Н. І.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ШЛЯХИ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ:
ПИТАННЯ БОРГОВОЇ БЕЗПЕКИ І ФІНАНСОВОГО МОНИТОРИНГУ.....43

Єрмоленко О. А., Коковіхіна О. О., Лисьонкова Н. М.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ ВПЛИВУ
ДЕСТАБІЛІЗАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ В УКРАЇНІ.....50

Кундря-Висоцька О. П., Демко І. І., Вагнер І. М.

СУЧАСНІ НАРАТИВИ ПРО БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНСТРУМЕНТ УЗГОДЖЕННЯ
ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ УЧАСНИКІВ БІЗНЕСУ.....56

Скаска О. І., Галій В. І.

ГРОМАДСЬКИЙ КОНТРОЛЬ ГУМАНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ У СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ
БЕЗПЕКИ Й ОБОРОНИ.....64

Воронко О. С.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНУ МІГРАЦІЮ РОБОЧОЇ СИЛИ.....69

Гевлич Л. Л.

МІСЦЕ РИЗИКУ В ПРОЦЕСІ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ.....73

Кобеля-Звір М. Я.

ГРАНТОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ
В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА ТРУДНОЦІ.....79

Миронов Ю. Б., Святюк О. Р.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ
ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ДОЗВІЛЛЯ.....86

Мединська Т. В., Боднарюк І. Л., Олійник Н. Р.

МІЖНАРОДНА ДОПОМОГА ЯК ОСНОВА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....93

Миронова М. І.

РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ....103

Павлій О. В.

ЗМІНИ ПІДПРИЄМСТВА: ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ ТА НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ ДО НИХ
СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ.....111

Гринів В. Б.

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ
В УМОВАХ ШВИДКОПЛИННОГО СЕРЕДОВИЩА.....118

CONTENT

Kutsyk P. O., Shchupakivskiy R. V.

CONCEPTUAL PROVISIONS OF THE METHODOLOGY FOR ANALYZING
THE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY.....7

Sylwia Nycz-Wojtan

INTEGRATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INTO THE ACTIVITIES
OF DOMESTIC ENTERPRISES IN WAR CONDITIONS.....14

Sorokivsky V. M., Voronko O. S., Burdyk O. Yu.

FORECASTING THE PERFORMANCE INDICATORS OF AN AUTOTRANSPORT ENTERPRISE.....20

Baluk N. R., Basij N. F., Hlinenko L. K., Daynovskyy Y. A.

COMMUNICATION TECHNIQUES IN MARKETING.....26

Chyzhevska M. B., Kudinov O. M.

ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE NATIONAL ECONOMY IN THE CONDITIONS
OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF UKRAINE.....36

Rushchyshyn N. M., Zavalypich R. V., Leskiv N. I.

PROBLEM ASPECTS AND WAYS OF STRENGTHENING THE ECONOMIC SECURITY
OF UKRAINE: ISSUES OF DEBT SECURITY AND FINANCIAL MONITORING.....43

Yermolenko O. A., Kokovikhina O. O., Lysonkova N. M.

ENSURING FINANCIAL SECURITY OF HOUSEHOLDS UNDER THE INFLUENCE
OF DESTABILIZING FACTORS IN UKRAINE.....50

Kundrya-Vysotska O. P., Demko I. I., Vagner I. M.

CONTEMPORARY NARRATIVES ABOUT ACCOUNTING AS A TOOL OF COORDINATION
OF ECONOMIC INTERESTS OF BUSINESS PARTICIPANTS.....56

Skasko O. I., Galii V. I.

PUBLIC CONTROL OF HUMANITARIAN AID IN THE FIELD OF NATIONAL SECURITY
AND DEFENSE.....64

Voronko O. S.

MPACT OF GLOBALIZATION ON INTERNATIONAL LABOR MIGRATION.....69

Hevlych L. L.

PLACE OF RISK IN THE PROCESS OF INDEPENDENT AUDIT.....73

Kobelya-Zvir M. Ya.

GRANT OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED
BUSINESSES IN THE CONDITIONS OF WAR IN UKRAINE:
ADVANTAGES AND DIFFICULTIES.....79

Myronov Yu. B., Svatiuk O. R.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO TOURISM AND LEISURE
INDUSTRY ENTERPRISES RISK MANAGEMENT.....86

Medynska T. V., Bodnariuk I. L., Oliynyk N. R.

INTERNATIONAL ASSISTANCE AS THE BASIS OF THE POST-WAR RECOVERY
OF UKRAINE'S ECONOMY.....93

Myronova M. I.

DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT: GLOBAL TRENDS AND
CHALLENGES FOR UKRAINE.....103

Pavliy O. V.

CHANGES IN THE COMPANY: GENESIS OF THE CONCEPT AND DIRECTIONS
OF ADAPTATION TO THEM OF THE MODERN COMPANIES.....111

Hryniv V. B.

CONCEPTUALIZATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE
IN A FAST-CHANGING ENVIRONMENT.....118

УДК 339.137.2:338

Куцик П. О.,

kutsykpetro@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5795-9704,

Researcher ID: G-9204-2019,

д.е.н., проф., ректор, професор кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Щупаківський Р. В.,

shch.roman.v@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2036-0332,

докторант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

КОНЦЕПЦІЙНІ ПОЛОЖЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ АНАЛІЗУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

***Анотація.** У статті виділено провідні цільові орієнтири та принципи за функціонально-структурними характеристиками забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. Наголошено, що достатньо якісними й фаховими є існуючі методики складання рейтингів міжнародної конкурентоспроможності. Перелічено переваги багатомірного статистичного аналізу та економіко-математичного моделювання конкурентоспроможності національної економіки. Зроблено висновок, що у формуванні методології дослідження конкурентоспроможності національного господарства вагомим аспектом слугує тип устрою, який сформувався в тій чи іншій країні. До критеріальних ознак конкурентоспроможності національного господарства віднесено аспекти збалансованості та паритету інтересів у питаннях імпортозаміщення і реалізації експортного потенціалу. Надано просторово-структурні характеристики процедур аналізування конкурентоспроможності національної економіки. В підсумку узагальнення низки досліджень конкурентоспроможності національної економіки виділено комбінацію кроків її аналізування. Зроблено акцент на обґрунтуванні концепцій результативності торговельної та виробничої діяльності країни при аналізуванні її конкурентоспроможності. Обґрунтовано наукові положення, згідно з якими в основу аналізування конкурентоспроможності національної економіки закладається так званий концепт спроможності країни залучати ключові фактори виробництва. Запропоновано не відкидати й прихильників концепції постійного інноваційно-технологічного розвитку в дослідженні конкурентоспроможності національного господарства. Встановлено, що методологічне підґрунтя в значній мірі визначає сукупність та послідовність використання найбільш адекватних методичних підходів до аналізування конкурентоспроможності національних економік. Наголошено, що за будь-якого методичного підходу важливо визначитися з сукупністю індикаторів та/чи показників, які будуть при цьому аналізуватися.*

Ключові слова: конкурентоспроможність, національна економіка, країна, аналізування, методи, методологія.

Kutsyk P. O.,

kutsykpetro@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5795-9704,

Researcher ID: G-9204-2019,

Doctor of Economics, Professor, Rector, Professor of the Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Shchupakivskiy R. V.,

shch.roman.v@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-2036-0332,

Doctoral degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

CONCEPTUAL PROVISIONS OF THE METHODOLOGY FOR ANALYZING THE COMPETITIVENESS OF THE NATIONAL ECONOMY

***Abstract.** The article highlights the leading target orientations and principles according to the functional and structural characteristics of ensuring the competitiveness of the national economy. It was emphasized that the existing methods of compiling international competitiveness ratings are sufficiently high-quality and professional. The advantages of multivariate statistical analysis and economic-mathematical modeling of the competitiveness of the national economy are listed. It was concluded that in the formation of the methodology of the research of the competitiveness of the*

national economy, the type of organization that is formed in one or another country serves as an important aspect. Aspects of balance and parity of interests in matters of import substitution and realization of export potential are included among the criterion features of the competitiveness of the national economy. The spatial and structural characteristics of the procedures for analyzing the competitiveness of the national economy are provided. As a result of summarizing a number of studies on the competitiveness of the national economy, a combination of steps for its analysis is highlighted. Emphasis is placed on substantiating the concepts of the effectiveness of the country's trade and production activities when analyzing its competitiveness. Scientific provisions are substantiated, according to which the so-called concept of the country's ability to attract key factors of production is the basis for analyzing the competitiveness of the national economy. It is proposed not to reject supporters of the concept of constant innovative technological development in the study of the competitiveness of the national economy. It was found that the methodological basis largely determines the totality and sequence of the use of the most adequate methodological approaches to analyzing the competitiveness of national economies. It was emphasized that for any methodological approach, it is important to decide on a set of indicators and/or values that will be analyzed.

Key words: competitiveness, national economy, country, analysis, methods, methodology.

JEL Classification: F01, O10

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-01>

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність національної економіки як категорія макро-економічна охоплює широкий спектр питань і аспектів, які підлягають розгляду і вивченню під час її діагностики та оцінювання. Вказана особливість практично унеможливує уніфікацію методології її дослідження. При тому, однак, певні закономірності цілковито слухні та навіть повинні мати місце. Позаяк вони не настільки очевидні, як, до прикладу, при аналізуванні конкурентоспроможності продукції чи підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні теоретико-методичні положення формування системи забезпечення конкурентоспроможності національної економіки достатньо комплексно досліджені у працях таких науковців, як Л. Антонюк, М. Барна, Г. Башнянин, З. Варналій, Т. Васильців, О. Власюк, Я. Жаліло, В. Зайченко, О. Ковтун, В. Куцик, Р. Лупак, Н. Міценко, А. Мокій, Б. Семак. Попри значні напрацювання у дослідженні питань аналізу конкурентоспроможності економіки необхідно більш узагальнено надати характеристики процедурам аналізу та виділити серед значної кількості методичного інструментарію ті, що дозволяють якісно підходити до вирішення відповідного комплексу завдань.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення концептуальних положень методології аналізування конкурентоспроможності економіки, враховуючи методологічне підґрунтя, методичні підходи та показники (індикатори) дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Передусім ведемо мову про єдиний підхід, проте потенційно різні аспекти узагальнення. В частині першого, то на правду слід ідентифікувати міру спроможності вітчизняної економіки “перемагати” в прямих конкурентів, реалізуючи при цьому національні економічні інтереси, які згідно з М. Єрмошенком трактуються як “... сукупність об’єктивних економічних потреб незалежної країни, задоволення яких забезпечує ефективне функціонування та сталий розвиток її соціально-економічної

системи, а через неї й економіки” [1, с. 18-20]. Такими інтересами головно слугують провідні цільові орієнтири за функціонально-структурними характеристиками конкурентоспроможності національної економіки, як-от – у сфері виробництва – можливості продукування і позиціонування продукції, забезпечення її збуту на внутрішньому і зовнішньому ринках; у частині фінансів – гарантування стабільності і стійкості фінансової системи країни; відносно макроекономічної сфери – високий рівень ділової активності населення, створення нових суб’єктів господарювання та забезпечення їх розвитку, недопущення таких ринкових девіацій, як монополізація ринків, корупція, рейдерство, зрощування влади та бізнесу, офшоризація капіталів і т. п.

Відносно ж навпаки різних аспектів, то це твердження впливає з результатів більшості досліджень у цій сфері. До прикладу, у дисертації В. Зайченка справедливо зазначається, що під час формування методичних підходів до вивчення проблеми конкурентоспроможності національного господарства здебільшого дотримуються принципів, по-перше, порівняння, що закономірно, коли конкуренція трактується як змагання, відповідно, здатність перемагати у значній мірі передбачає наявність відмінних, при тому кращих ознак, властивостей; по-друге, розкладання загальної системи на окремі її складові заради надзвичайно ретельного вивчення, включно з ідентифікацією чинників, які їх (конкурентні переваги) обумовлюють та забезпечують; по-третє, системності та комплексності, коли нехтування чи не врахування композиційного аналізування є великою помилкою, а через це прорахунком у процесі діагностики конкурентоспроможності; по-четверте, виходу на результат, іншими словами, – конкурентоспроможність є результатом, що свідчить про досягнення високого рівня ефективності, яку слід ідентифікувати та перевірити; конкурентоспроможність національної економіки мало варта без її прямого позитивного наслідку у вигляді покращення якості життя

місцевого населення; по-п'яте, емпіричного оцінювання зі шкалуванням та формуванням рейтингів [2, с. 142].

Саме на основі останнього фіксуємо висновок про те, що достатньо якісними й фаховими потрібно вважати існуючі на нині методики складання рейтингів міжнародної конкурентоспроможності. Йдеться про визнані міжнародні фінансово-економічні інституції (Світовий банк, Всесвітній економічний форум, Міжнародний альянс прав власності та ін.) та використовувані ними індекси: технологічної готовності і рівня інноваційного розвитку як складові Глобального індексу конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму (*Global Competitiveness Index WEF – GCI*), технологічної інфраструктури як компонент Індексу світової конкурентоспроможності Інституту розвитку менеджменту в Швейцарії (*IMD World Competitiveness Yearbook – IMD WCY*), цифрової конкурентоспроможності Інституту розвитку менеджменту в Швейцарії (*World Digital Competitiveness Ranking – WDCR*), глобальних інновацій Міжнародної бізнес-школи *INSEAD (Global Innovation Index INSEAD – GI)*, інноваційного потенціалу Європейської бізнес-школи (*Innovation Capacity Index EBS – ICI*), інноваційного розвитку агентства *Bloomberg (Bloomberg Innovation Index – BII)*, економіки знань Інституту Світового банку (*Knowledge Economy Index – KEI*), глобальної конкурентоспроможності талантів (*Global Talent Competitiveness Index – GTCI*), міжнародної системи захисту прав власності Міжнародного Альянсу прав власності (*Intellectual Property Right Index PRA – IPR*).

Методичні підходи, що зводяться до рейтингового оцінювання, насправду мають багато переваг включно з використанням у таких цілях методів багатомірного статистичного аналізу (факторний аналіз, метод головних компонент, кластерний аналіз, дискримінантний аналіз та ін.), які потребують урахування високої якості та точності первинної інформації та *Big Data*. Однак для вищої точності аналізування важливо їх доповнювати методами економіко-математичного моделювання, а також експертного та ще краще – соціологічного інструментарію з метою подальшого порівняння результатів кількісних і якісних спостережень. Додамо, що з усієї сукупності класифікаційних методів найбільшою популярністю користується метод головних компонент, перевагою якого є звуження обсягу та розмірності показників та зачасту ідентифікація нетипових, низькологічних, однак важливих, залежностей і закономірностей.

Поділяючи принципи системного і комплексного аналізування конкурентоспроможності національного господарства, слід звернути увагу на те, що при формуванні методології її дослідження вагомим аспектом слугує тип устрою, який сформувався в тій чи іншій країні. Справді, в умовах глобалізації навіть найбільш ізольовані економіки в тій чи іншій мірі, але все ж беруть участь у світовій торгівлі товарами (послугами). Однак у закритих тоталітарних режимах полем конкурентної боротьби головно є внутрішній ринок, тоді як питання

збуту продукції на зовнішніх ринках зводиться до сировинного експорту. Але навіть у цьому ракурсі наявні винятки, до прикладу, це економіка Китаю, яка останніми десятиліттями все більше тяжіє до виробництва і збуту продукції з вищим рівнем інноваційності, технологічності та доданої вартості.

Відповідно, цілком закономірним предметом аналізування стає спроможність налагодити ефективну зовнішньоекономічну діяльність, досягти балансу між внутрішнім виробництвом і споживанням, з одного боку, та скеруванням частини національного доходу на експорт, з іншого боку. Ці особливості достатньо аргументовано викладені у праці “Безпека та конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації” [3, с. 5-7]. Більше того, автори практично зводять та ототожують характеристики конкурентоспроможності і зовнішньоекономічної безпеки національного господарства як здатності країни забезпечувати масштабний і ефективний зовнішньоторговельний обмін, досягаючи при цьому внутрігосподарських інтересів.

Позаяк таке бачення видається лише половинчастим, коли цілий спектр умов і можливостей конкуренції реалізується на внутрішній площадці. Існують випадки, коли за масштабного експорту країна має високий рівень внутрішньої імпортозалежності чи за міцних позицій національних виробників на внутрішньому ринку практично нічого не експортує. Обидва кейси характеризуються власними системними вадами, і лише збалансування цих процесів, досягнення раціональної структури та співвідношень у всіх фазах суспільного відтворення гарантує зміцнення конкурентоспроможності, розвиток та розширене відтворення в системі національного господарства та його регіональних і галузевих економічних комплексах.

Відтак доцільно звернути увагу й на публікації науковців, де питання конкурентоспроможності національної економіки розглядаються з позиції високого рівня й потенціалу імпортозаміщення або, іншими словами, відсутності загроз слабкості економіки за умови її високої імпортозалежності. До прикладу, Р. Лупак, описуючи взаємозв'язки імпортозаміщення та зміцнення конкурентоспроможності національної господарської системи, веде мову про забезпечення високої та відносно рівної ефективності на всіх стадіях процесу суспільного відтворення, а також визначає такі стратегічні пріоритети політики в цій сфері, як розширене відтворення капіталу, раціоналізація структурних характеристик у системі національного господарства, інноваційний розвиток стадій суспільного відтворення, забезпечення й збереження концептуальних засад, умов конкурентного і регуляторного середовища, розвиток інфраструктури і ресурсного забезпечення виробництва у пріоритетних видах економічної діяльності [4, с. 220].

Натомість продовжуємо стояти на позиції збалансованості та паритету інтересів у питаннях імпортозаміщення та реалізації експортного потенціалу національного господарства як критеріальної ознаки його конкурентоспроможності. Саме з

такого підґрунтя виходять З. Варналій, В. Куцик та інші, зазначаючи, що конкурентоспроможність національної економіки потрібно досліджувати з середини і зі зовні. Такими науковці вбачають створення в країні умов господарювання, які сприяють розвитку приватного бізнесу, їх укріпленню та поступу, перетворенню у потужні корпорації (з позиції внутрішнього потенціалу) та спроможність національних економічних агентів витримувати конкуренцію на світових ринках (зовнішні критерії) [5, с. 71; 6, с. 244-249].

Значно ширший спектр питань і проблематики закладається в процес дослідження конкурентоспроможності макроекономічних систем у [7, с. 73; 8, с. 5-8]. Йдеться про так звану просторово-структурну конкурентоспроможність, індикаторами оцінювання якої слугують: інституційне середовище; розвиток стратегічно важливих підприємств; монополізація; підприємницька активність; державно-приватне партнерство; інвестиційно-інноваційне забезпечення; структурні реформи та інституційні зрушення. Поділяючи авторське бачення і структурної декомпозиції, і системи елементів – характеристик конкурентоспроможності національного господарства, важливо вкотре наголосити на неоднозначності і полідисциплінарному характері етимології дослідження конкурентоспроможності економіки. Адже, чи буде конкурентоспроможним національне господарство, яке є лідером за обсягами реалізації тієї чи іншої продукції, однак за ситуації, коли в країні низька якість життя, чи процвітає корупція, чи монополізовані господарські ресурси і т. п.? Вочевидь, що відповідь – ні. У тому числі мовиться про те, що суто економічний характер категорії “конкурентоспроможність” абсолютно не відкидає характеристики, до прикладу, якості життя, або екологічної безпеки, або соціально-гуманітарного, культурного розвитку і т. п. З іншого боку, важливо напрацювати раціональну методику та методологію поєднання, врахування і, відповідно, аналізування всіх цих та інших аспектів.

Власне, у цій же праці авторам вдалося напрацювати відповідну економіко-математичну модель, у якій просторово-структурна конкурентоспроможність декомонується у вигляді системи функцій: (1) конкурентоспроможності на всіх рівнях (продукту, суб'єкта господарювання, галузі, регіональної та національної економіки); (2) раціональності галузевої структури; (3) рівня просторового розвитку; (4) ефективності інституційних перетворень; (5) якості життя та темпів економічного зростання.

Можна по-різному ставитися до структури, а також складу індикаторів методології аналізування конкурентоспроможності національної економіки, які визначаються у профільній економічній літературі, однак рацію в тому, що сам метод композиційного аналізу тут критично необхідний і без нього не обійтися.

Щоправда, послідовність його організації, проведення та інтерпретації результатів може та навіть має бути авторською, нестандартною, однак адекватною для мети і цілей аналізування. До прикладу, в підсумку узагальнення низки досліджень із цієї

проблематики можна вести мову про таку комбінацію кроків: (1) характеристика існуючого економіко-ресурсного потенціалу та міри його реалізації з використанням методів багатовимірного статистичного аналізу → (2) визначення головних чинників (та міри їх вагомості) конкурентоспроможності з використанням методу головних компонент → (3) аналізування ефективності використання наявних ресурсів зі застосуванням методу огортаючих даних (*DEA analysis*) → (4) розрахунок індексу конкурентоспроможності за видами економічної діяльності → (5) діагностика композиційного індексу конкурентоспроможності національної економіки [9, с. 135-147].

Формуючи методологічне підґрунтя аналізування конкурентоспроможності економіки, не відхиляємо також загальновідомих і загальноприйнятих концепцій, з-поміж яких уже згадувана вище концепція результативності торговельної діяльності країни, яка, по суті, багатьма дослідниками зводиться до розвитку зовнішньоекономічної діяльності країни та забезпечення реалізації інтересів і гарантування економічної безпеки держави в сфері зовнішньої торгівлі. В цьому сенсі достатньо багато напрацьовано Л. Антонюк [10] та іншими спершу зарубіжними, а надалі й вітчизняними науковцями. Однак ця концепція, будучи однією з основоположних, на нині все більше переходить у ранг однієї зі площин наукового дискурсу в сфері конкуренції і конкурентоспроможності.

На протигагу торговельній певний час у центрі наукових дискурсів під час ідентифікації бази методології аналізування конкурентоспроможності перебувала так звана виробнича концепція конкурентоспроможності, яку в тому числі розвивав авторський колектив під керівництвом Я. Жаліла [11]. Прихильники цієї концепції розкривають методологію аналізування конкурентоспроможності у руслі ефективності або ж продуктивності виробництва. Іншими словами, більш конкурентоспроможною є та економіка, суб'єкти якої здатні ефективнозувати виробничі процеси. Йдеться про інтегральні та часткові параметри ефективності і продуктивності, зокрема в частині використання ресурсного забезпечення.

Поділяючи бачення ефективності та продуктивності виробництва, авторська позиція в тому, що цей аспект слід розглядати лише як окрему компоненту конкурентоспроможності, оскільки логічніше вести мову не про максимальну, а про прийнятну ефективність і продуктивність. Окрім того, виробництво завжди було лише першою ланкою у замкненому технологічному ланцюжку бізнесу, де після виготовлення ще потрібно продати, а надалі – належним чином використати прибуток і нагромаджений капітал.

З урахуванням вузьких меж цього підходу значно методологічно ширшим видається фокус іншої групи науковців, які закладають в основу аналізування конкурентоспроможності національної економіки так званий концепт спроможності країни залучати ключові фактори виробництва, з-поміж яких найбільшої вагомості натепер набу-

вають інвестиції, інтелектуально-кадровий ресурс, прогресивні технології, ІКТ і т. п. Так, у праці [12] наголошується саме на тому, що перемога як концепційна основа конкурентоспроможності стосується не тільки завоювання ринків, але й спроможності створювати кращі умови для залучення ресурсів, із яких капітал і праця завжди слугували провідними. До речі, у цьому сенсі простежується тісний зв'язок між економічною і соціальною компонентами конкурентоспроможності, коли друга, визначаючись характеристиками якості життя і соціальної безпеки, дозволяє формувати інтелектуально-кадровий та трудовий ресурсний капітал і потенціал втілення в життя планів економічного зростання.

Не слід відкидати й прихильників концепції постійного інноваційно-технологічного розвитку (до прикладу [13; 14; 15]), згідно з якими інноваційно-технологічна модернізація та розвиток – провідний критерій та одночасно завдання реалізації ефективної політики забезпечення конкурентоспроможності національного господарства. І дійсно, рівень технологічної модернізації створює безпосередні конкурентні переваги при виробництві та позиціонуванні більш якісної продукції, тоді як досягти його можливо, маючи достатній для цього ресурсний потенціал, а залучити його, як правило, спроможні більш розвинені економіки та демократичні суспільства.

Направду слід визнати, що технологічне лідерство на нині практично синонім конкурентоспроможності. Свідченням цього є високі позиції провідних економік світу одночасно і в рейтингах міжнародної конкурентоспроможності, і за статусом інноваційно-технологічного розвитку, і в рейтингах якості життя. Позаяк відкритим і цікавим залишається питання про співвідношення рівнів технологічної модернізації та ефективності виробництва. Іншими словами, економіка може не мати проривних технологій, однак задовольнятися прийнятним рівнем інноваційності на тлі високої організації та систем менеджменту якості виробництва і за рахунок цього досягати не менших результатів у порівнянні з економіками – піонерами в технологічному прориві.

Таким чином, методологічне підґрунтя в значній мірі визначає сукупність та послідовність використання найбільш адекватних методичних підходів до аналізування конкурентоспроможності національних економік. При тому, не вдаючись до деталізації їх змісту, переваг і недоліків, можливо-

стей апробації (все це на нині достатньо ґрунтовно і системно розкрито у профільній економічній літературі), слід вказати, що спектр підходів і методів натеper достатньо розлогий та підсилюється все потужнішими можливостями з боку застосування спеціалізованого програмного й апаратного забезпечення.

Однак за будь-якого авторського (відповідно – унікального) методичного підходу важливо визначитися з сукупністю індикаторів та/чи показників, які будуть при цьому аналізуватися. Закономірно, аби вони відповідали загальній логіці і методологічному підґрунтю дослідження та надавали максимально комплексну характеристику критеріїв міцності конкурентних позицій і переваг національної економіки. Цілком доречним, на думку автора, може стати метод, за якого система індикаторів конкурентоспроможності формується у відповідності до наявних методик аналізування економічної безпеки держави. За таким принципом показники будуть підібрані у межах наступних груп: макроекономічні, фінансові, зовнішньоекономічні, інноваційно-технологічні, виробничі, енергетичні, соціальні, демографічні, продовольчі.

Узагальнюючи наведене, система концепційних положень методології аналізування конкурентоспроможності національної економіки набуває вигляду, як на рис. 1.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Процес формування методології аналізування конкурентоспроможності щоразу та для кожного конкретного випадку унікальний, що розширює його можливості, зокрема адаптаційні у відповідності до зміни динаміки економічного зростання, інституціонально-структурних характеристик національного господарства, які склалися на відповідний момент часу, а також сили та характеру впливу внутрішніх і зовнішніх чинників, викликів та загроз, зокрема глобалізаційного характеру.

Подальші наукові дослідження у цьому напрямі мають стосуватися обґрунтування положень інтегрального оцінювання конкурентоспроможності економіки, у контексті якого можливо вивчити вплив широкої групи факторів на рівень забезпечення та підвищення конкурентоспроможності і сформувані дієві пропозиції стосовно адаптації, мінімізації негативних наслідків, покращення конкурентного стану економіки та інше.

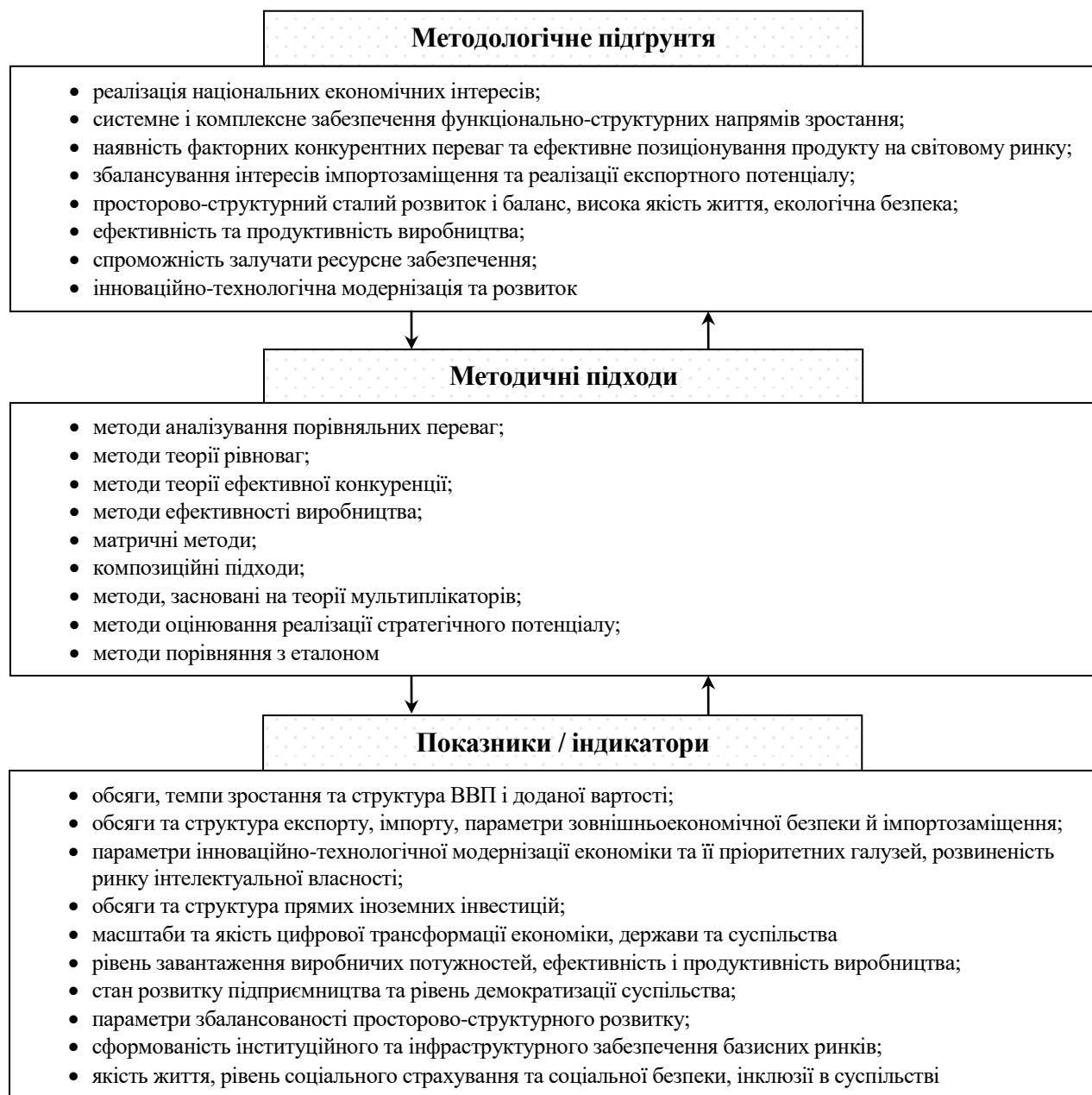


Рис. 1. Концепційні положення методології аналізування конкурентоспроможності національної економіки

Джерело: авторська розробка

ЛІТЕРАТУРА

1. Єрмошенко М. М. Національні економічні інтереси: реалізація і захист. *Актуальні проблеми економіки*. 2001. № 1-2. С. 18-24.
2. Зайченко В. В. Пріоритети та інструменти забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України : дис. д.е.н. Львівський торговельно-економічний університет. 2020. 518 с.
3. Безпека та конкурентоспроможність економіки в умовах глобалізації : монографія / за ред. О. С. Власюка. Київ : НІСД, 2017. 384 с.
4. Лупак Р. Л. Розвиток підприємництва в умовах імпортонасичення внутрішнього ринку України. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 22. С. 136-142.

5. Варналій З. С. Конкуренція і підприємництво : монографія. Київ : Знання України, 2015. 463 с.
6. Куцик В. І., Лупак Р. Л. Моделювання конкурентних позицій підприємств реального сектора економіки на внутрішньому ринку. *Бізнес-Інформ*. 2017. № 12. С. 244-249.
7. Стратегія та механізми зміцнення просторово-структурної конкурентоспроможності регіону : монографія / за ред. А. І. Мокія, Т. Г. Васильціва. Львів : ПАІС, 2010. 488 с.
8. Куцик П. О., Щупаківський Р. В. Екзистенційні тренди, виклики та наслідки глобалізації для забезпечення конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*.

Економічні науки. 2022. Вип. 67. С. 5-12.

9. Кончин В. Категорія виявленої порівняльної переваги та оцінка перспектив України на Євроринку. *Журнал європейської економіки.* 2003. № 1. С. 135-147.

10. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : монографія. Київ : КНЕУ, 2004. 118 с.

11. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації : монографія / Жаліло Я. А., Базилук Я. Б., Белінська Я. В. та ін. Київ : Знання України, 2005. 313 с.

12. Конкурентоспроможність національної економіки : навч. посібник / Бабак А. В., Биконя С. Ф., Болховітінова О. Ю. та ін. Київ : Фенікс, 2005. 582 с.

13. Шушкова Ю. В. Технологічна модернізація економіки України: теорія, методологія, практика : монографія. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 398 с.

14. Гунчак Н. В., Васильців Т. Г., Сухай О. Є. Державне регулювання процесу інтелектуалізації економіки України : монографія. Львів : Апріорі, 2016. 256 с.

15. Ревак І. О. Інтелектуальний потенціал у системі економічної безпеки України: проблеми теорії та практики : монографія. Львів : ЛьвДУВС, 2015. 416 с.

REFERENCES

1. Yermoshenko, M. M. (2001), Natsional'ni ekonomichni interesy: realizatsiia i zakhyst, *Aktual'ni problemy ekonomiky*, № 1-2, s. 18-24.

2. Zajchenko, V. V. (2020), Priorityety ta instrumenty zabezpechennia tekhnolohichnoi konkurentospromozhnosti ekonomiky Ukrainy : dys. d.e.n. L'vivs'kyj torhovel'no-ekonomichnyj universytet. 518 s.

3. Bezpeka ta konkurentospromozhnist' ekonomiky v umovakh hlobalizatsii : monohrafiia / za red. O. S. Vlasiuka (2017), NISD, Kyiv, 384 s.

4. Lupak, R. L. (2018), Rozvytok pidpriemnytstva v umovakh importonasychnennia vnutrishn'oho rynku Ukrainy, *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, vyp. 22, s. 136-142.

5. Varnalij, Z. S. (2015), Konkurentsiiia i pidpriemnytstvo : monohrafiia, Znannia Ukrainy, Kyiv, 463 s.

6. Kutsyk, V. I. and Lupak, R. L. (2017), Modeliuvannia konkurentnykh pozytsiy pidpriemstv real'noho sektora ekonomiky na vnutrishn'omu rynku, *Biznes-Inform*, № 12, s. 244-249.

7. Stratehiia ta mekhanizmy zmitsnennia prostorovo-strukturnoi konkurentospromozhnosti rehionu : monohrafiia / za red. A. I. Mokiia, T. H. Vasyl'tsiva (2010), PAIS, L'viv, 488 s.

8. Kutsyk, P. O. and Schupakivs'kyj, R. V. (2022), Ekzystentsijni trendy, vyklyky ta naslidky hlobalizatsii dlia zabezpechennia konkurentospromozhnosti natsional'noi ekonomiky, *Visnyk L'vivs'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*. Ekonomichni nauky., vyp. 67, s. 5-12.

9. Konchyn V. (2003), Katehoriia vyjavlenoi porivnial'noi perevahy ta otsinka perspektyv Ukrainy na Yevrorynku, *Zhurnal ievropejs'koi ekonomiky*, № 1, s. 135-147.

10. Antoniuk, L. L. (2004), Mizhnarodna konkurentospromozhnist' krain: teoriia ta mekhanizm realizatsii : monohrafiia, KNEU, Kyiv, 118 s.

11. Konkurentospromozhnist' ekonomiky Ukrainy v umovakh hlobalizatsii : monohrafiia / Zhalilo Ya. A., Bazyluk Ya. B., Belins'ka Ya. V. ta in. (2005), Znannia Ukrainy, Kyiv, 313 s.

12. Konkurentospromozhnist' natsional'noi ekonomiky : navch. posibnyk / Babak A. V., Bykonja S. F., Bolkhovitinova O. Yu. ta in. (2005), Feniks, Kyiv, 582 s.

13. Shushkova, Yu. V. (2020), Tekhnolohichna modernizatsiia ekonomiky Ukrainy: teoriia, metodolohiia, praktyka : monohrafiia, LNU imeni Ivana Franka, L'viv, 398 s.

14. Hunchak, N. V. Vasyl'tsiv, T. H. and Sukhaj, O. Ye. (2016), Derzhavne rehuliuвання protsesu intelektualizatsii ekonomiky Ukrainy : monohrafiia, Apriori, L'viv, 256 s.

15. Revak, I. O. (2015), Intel'ktual'nyj potentsial u systemi ekonomichnoi bezpeky Ukrainy: problemy teorii ta praktyky : monohrafiia, L'vDUVS, L'viv, 416 s.

Стаття надійшла до редакції 28 липня 2023 року

УДК 338.23:316.4

Sylwia Nycz-Wojtan,
sylvia.nycz@gmx.de, ORCID ID: 0000-0002-2350-7328,
Collegium Humanum, Rzeszów, Poland

WŁĄCZENIE SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU W DZIAŁALNOŚĆ KRAJOWYCH PRZEDSIĘBIORSTW W WARUNKACH WOJNY

***Abstrakcyjny.** Artykuł analizuje proces włączania społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) do działalności ukraińskich przedsiębiorstw w warunkach wojennych. Zaznacza się, że wielu naukowców krajowych i zagranicznych od wielu lat zajmuje się wybraną tematyką, a różne struktury biznesowe w środowisku internetowym wykazują zainteresowanie prowadzeniem badań, prezentując raporty analityczne i wypracowując odpowiednie rekomendacje z punktu widzenia praktyków. Ustalono, że jednym z najczęstszych problemów powolnej integracji CSR w działaniach krajowych przedsiębiorstw jest niedostateczne zrozumienie procesu jej organizacji przez menedżerów w warunkach wojny, ograniczony dostęp do informacji dotyczących zaangażowania CSR we własne strategiczne plany. W badaniu zaproponowano schemat, co przyczynia się do realizacji programów CSR na wszystkich poziomach struktury zarządczej przedsiębiorstwa oraz jakich narzędzi należy do tego użyć. Proponuje się również zastosowanie mechanizmu integracji CSR, który przyczyni się do wzmocnienia własnej pozycji konkurencyjnej i jej zrównoważonego rozwoju dzięki zrozumieniu kluczowych zasad wdrażania programów CSR, stworzeniu odpowiednich procesów biznesowych, które będą popularyzować ich działalność w społeczeństwie, zwłaszcza w warunki wojenne. Zauważa się, że procesy produkcyjne, informacyjne i logistyczne można uznać za obiecujące kierunki rozwoju, opierając się na wynikach wdrażania CSR; potencjał siły roboczej; działalność sprzedażowa; wzrost parametrów jakościowych produktów; wzrost przepływów finansowych i atrakcyjności inwestycyjnej. Przy przestrzeganiu zasad zintegrowanego podejścia i systematyczności możemy spodziewać się wzrostu efektywności i trwałości, a także podniesienie konkurencyjności przedsiębiorstwa, podniesienie autorytetu i poziomu reputacji biznesowej. Realizując inicjatywy CSR, firma przyczynia się nie tylko do własnej przyszłości, ale także rozwiązuje lokalne i globalne problemy społeczeństwa.*

Słowa kluczowe: społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR), struktura zarządzania przedsiębiorstwem, mechanizmy integracyjne, programy CSR, otoczenie biznesowe, społeczeństwo, wojna na Ukrainie.

Sylwia Nycz-Wojtan,
sylvia.nycz@gmx.de ID ORCID: 0000-0002-2350-7328
Collegium Humanum, Rzeszow, Poland.

INTEGRATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INTO THE ACTIVITIES OF DOMESTIC ENTERPRISES IN WAR CONDITIONS

***Abstract.** The article considers the process of integration of corporate social responsibility (CSR) into the activities of Ukrainian enterprises under war conditions. It is noted that many domestic and foreign scientists have been engaged in the chosen topic for many years, and various business structures in the Internet environment demonstrate their interest in conducting research by presenting analytical reports and developing appropriate recommendations from the point of view of practitioners. It has been determined that one of the most common problems of slow integration of CSR into the activities of domestic enterprises is insufficient understanding of the process of its organization by managers in war conditions, limited access to information on the involvement of CSR in their own strategic plans. The study proposes a scheme that facilitates the implementation of CSR programs at all levels of the enterprise management structure and what tools should be used for this. It is also proposed to apply a mechanism for integrating CSR, which will contribute to strengthening its own competitive position and its sustainable development by understanding the key principles of implementing CSR programs, creating appropriate business processes that will popularize their activities in society, especially in war conditions. It is noted that promising directions of development, based on the results of CSR implementation, can be considered production, information and logistics processes; labor potential; sales activities; growth of product quality parameters; growth of financial flows and investment attractiveness. Subject to the principles of an integrated approach and consistency, we can expect an increase in efficiency and sustainability, as well as an increase in the competitiveness of the enterprise, an increase in the authority and level of business reputation. By implementing CSR initiatives, the company contributes not only to its own future, but also solves local and global problems of society.*

Key words: corporate social responsibility (CSR), management structure of the enterprise, integration mechanisms, CSR programs, business environment, society, war in Ukraine.

ІНТЕГРАЦІЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ВІЙНИ

***Анотація.** У статті розглянуто процес інтеграції корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у діяльність українських підприємств в умовах війни. Зазначено, що обраною тематикою займалися багато вітчизняних та іноземних науковців упродовж багатьох років, а також свою зацікавленість у проведенні досліджень демонструють різні бізнес-структури в інтернет-середовищі шляхом представлення аналітичних звітів та розроблення відповідних рекомендацій з точки зору практиків. Встановлено, що однією з найбільш поширених проблем уповільненої інтеграції КСВ у діяльність вітчизняних підприємств є недостатнє розуміння процесу його організації керівниками в умовах війни, обмеженість доступу до інформації щодо залучення КСВ у власні стратегічні плани. У дослідженні запропоновано схему, яка сприяє реалізації КСВ-програм на всіх щаблях управлінської структури підприємства та які для цього потрібно використати інструменти. Також запропоновано застосовувати механізм інтеграції КСВ, який сприятиме посиленню власного конкурентного становища та його стійкому розвитку за рахунок розуміння ключових засад провадження КСВ-програм, створення відповідних бізнес-процесів, які популяризуватимуть їх діяльність у суспільстві, особливо в умовах війни. Зазначено, що перспективними напрямками розвитку, за результатами провадження КСВ, можна вважати: виробничі, інформаційні та логістичні процеси; трудовий потенціал; збутову діяльність; зростання якісних параметрів продукції; зростання фінансових потоків та інвестиційної привабливості. За умови дотримання принципів комплексного підходу та системності можна очікувати підвищення ефективності та стійкості, а також підвищення конкурентоспроможності підприємства, зростання авторитету та рівня ділової репутації. Реалізуючи КСВ-ініціативи, підприємство не лише робить внесок у власне майбутнє, але й вирішує локальні та глобальні проблеми суспільства.*

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), управлінська структура підприємства, механізми інтеграції, КСВ-програми, бізнес-середовище, суспільство, війна в Україні.

JEL Classification: O21, M14

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-02>

Sformułowanie problemu. W związku z przyspieszonym tempem rozwoju procesów globalizacyjnych w niestandardowych warunkach biznesowych (stan wojenny na Ukrainie) przedsiębiorstwa poszukują nie tylko skutecznych strategicznych modeli biznesowych, ale także takich, które są aktualne i akceptowane przez społeczeństwo. Model biznesowy powinien przyczynić się do budowania wzajemnie korzystnych relacji z interesariuszami, z uwzględnieniem współczesnych problemów. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) jest właśnie narzędziem, które wychodzi naprzeciw oczekiwaniom społeczeństwa i, przy uwzględnieniu programów CSR w programie strategicznego rozwoju firmy, przyczynia się do wzmocnienia jej pozycji konkurencyjnej oraz rozwiązania wielu problemów społecznych.

Analiza najnowszych badań i publikacji. W swoich badaniach naukowcy krajowi i zagraniczni rozważali wiele zagadnień związanych z kształtowaniem się CSR i skupiali się na jego zdolności do ewolucji w zależności od zmian w otoczeniu funkcjonowania określonych struktur biznesowych. Na przykład Carroll A. [2] zauważa, że każda firma wdrażająca praktyki CSR szuka odpowiedzi na pytanie i co otrzyma w zamian za inicjatywy CSR, biorąc pod uwagę dostępne doświadczenie praktyczne i reputację biznesową. Z kolei H. Khovanets [7, 8] podkreśla, że CSR jest elementem wartości marketingowej przedsiębiorstwa, które jest w stanie przynosić zysk i świadczy o

poziomie jego zdolności do rozwiązywania problemów społecznych i kształtowania relacji z interesariuszami. Znani ukraińscy naukowcy E. Krykavskiy i L. Yakymyshyn [6], a także H. Misko. [5] rozważają potrzebę ewidencjonowania realizowanych programów CSR i tym samym tworzenia zestawu raportów dla interesariuszy. Lyholat S. [3] pogłębia dane badawcze, pokazując analityczną część wdrażania zasad CSR w praktycznej działalności przedsiębiorstw, co jest szczególnie ważne w warunkach wojennych. Z kolei A. Kharlamova [1] podkreśla CSR jako czynnik kształtowania strategii przedsiębiorstwa jako projektu długoterminowego.

Ustalanie celów. Dlatego oczywista staje się potrzeba przeprowadzenia badań nad integracją CSR z działalnością krajowych przedsiębiorstw w warunkach wojny.

Prezentacja głównego materiału badawczego. Jednym z najbardziej rozpowszechnionych problemów powolnej integracji CSR w działaniach krajowych przedsiębiorstw w warunkach wojny jest niedostateczne zrozumienie procesu jej organizacji przez menedżerów [1, 2]. CSR wymaga „włączenia” w działalność strategiczną przedsiębiorstwa w zakresie polityki społeczno-gospodarczej, a komponent korporacyjny w zakresie postrzegania przez aparat zarządzania, biorąc pod uwagę fakt, że zrozumienie strategicznego celu przyszłej CSR programów i dzięki którym narzędziom będą one realizowane na wszystkich poziomach, zostanie ustalona hierarchiczna struktura przedsiębiorstwa (rys. 1).

I poziom					
Właściciel przedsiębiorstwa Inwestorzy Wspólnicy					
misja CSR		polityka CSR		Zasady CSR	
II poziom (najwyższe kierownictwo)					
Prezes Zarządu Zarząd					
cele CSR	Planowanie strategiczne	Kodeks korporacyjny	plany CSR	Standardy wydajności	Układy zbiorowe
III poziom (kierownictwo średniego szczebla)					
Menedżerowie funkcjonalni					
plany CSR		działania CSR-owe		raporty CSR	
Poziom IV (niższe kierownictwo)					
Menedżerowie niższego szczebla Kierownicy infrastruktury społecznej					
Podział kompetencji w ramach programu CSR		Realizacja zadań w ramach programu CSR		Kontrola nad realizacją programu CSR	

Fig. 1. Integracja CSR w strukturę zarządzania przedsiębiorstwem

Źródło: sugerowane przez autora

Analizując proces integracji CSR w strukturze zarządzania przedstawiony na rys. 1 należy zauważyć, że:

Pierwszy poziom zakłada wdrażanie CSR na poziomie właścicieli przedsiębiorstwa. Priorytetem na tym poziomie jest ogłoszenie misji związanej z filozofią biznesu i ukierunkowanej na komponent społeczny (n-ad, firma Kyivstar, misja „Otwórz nowe możliwości dla Ukrainy i zmieniaj życie ludzi na lepsze”);

II poziom (Top Management) powstaje w wyniku zadeklarowanej misji, polityki i zasad CSR (np. otwartość, przejrzystość, systematyczność, niejednoznaczność, zrozumiałość itp.) na poziomie I i wpływa na charakter strategii CSR, która będzie opracowana z uwzględnieniem funkcji zarządczych (planowanie, motywowanie, organizacja, kontrola) [3]. Na tym poziomie istotną rolę odgrywa obecność kluczowych komponentów (społecznych, ekonomicznych, środowiskowych), które będą miały wpływ nie tylko na poziom zysku przedsiębiorstwa opartego na wynikach realizowanych programów CSR, ale również na reputację biznesową. Zakłada się, że to na poziomie II zostaną ukształtowane cele CSR, stworzone plany CSR zostaną ujęte w ogólnym planowaniu strategicznym działalności przedsiębiorstwa i kodeksie korporacyjnym, zostaną potwierdzone standardami działania i nie będą naruszać zasad układu zbiorowy. oczekiwać

Poziom III (Średniego Kierownictwa) przewiduje określenie planów CSR, w których znajdują odzwierciedlenie działania CSR w oparciu o zarządzanie czasem, których realizacja będzie uzależniona od przeprowadzonych analiz Swot i Pest, integracji zasad CSR poprzez decyzje zarządcze -

produkcji, organizacji procesów biznesowych (produkcja, zarządzanie, sprzedaż, logistyka, serwis itp.). Na tym etapie ważne jest posiadanie systemu wskaźników, które pokażą poziom wskaźników jakościowych, ilościowych, wskaźników regulacyjnych, wartości normatywnych.

Poziom IV (Lower Management) to niższy poziom zarządzania, który bezpośrednio organizuje działania CSR zgodnie z planami i monitoruje ich realizację (zasoby, wykorzystanie zasobów materialnych, przestrzeganie zasad BHP itp.). W rzeczywistości na tym poziomie zaangażowany jest mechanizm wdrażania CSR w działalność krajowego przedsiębiorstwa (rys. 2).

Wprowadzając mechanizm włączania CSR do działań (rys. 2), przedsiębiorstwo ma możliwość wzmocnienia własnej pozycji konkurencyjnej i zrównoważonego rozwoju poprzez zrozumienie kluczowych zasad wdrażania programów CSR oraz stworzenie odpowiednich procesów biznesowych (zarządzanie zasobami, personelem, finansami, informacje itp.), które będą popularyzować procesy CSR w społeczeństwie. Zgodnie z wynikami wdrażania CSR za obiecujące kierunki rozwoju można uznać: procesy produkcyjne, informacyjne i logistyczne (pod warunkiem wprowadzenia nowych form i metod zarządzania); potencjał siły roboczej; działalność sprzedażowa; wzrost parametrów jakościowych produktów; wzrost przepływów finansowych i atrakcyjności inwestycyjnej. Takie kompleksowe podejście z kolei przyczyni się do zwiększenia efektywności i stabilności, a także podniesienia konkurencyjności przedsiębiorstwa.

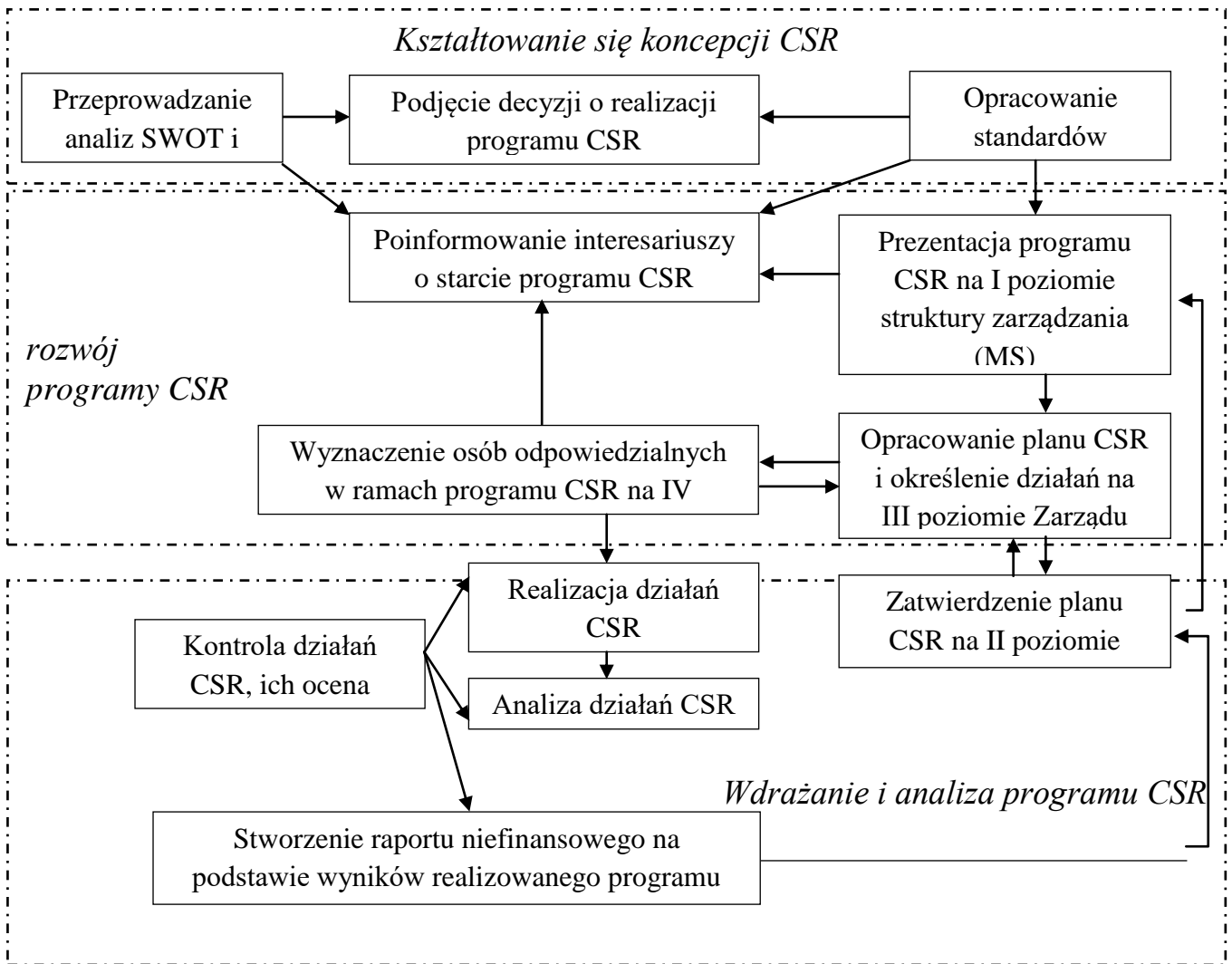


Fig. 2. Mechanizm integracji CSR w działalności firmy

Źródło: sugerowane przez autora

Aby zrozumieć efekt osiągnięty w wyniku wdrożonego programu CSR, należy zwrócić uwagę na ocenę osiągniętego poziomu kultury korporacyjnej w otoczeniu biznesowym w określonych kierunkach [6]. Na przykład:

- w kierunku oceny stabilności i zakresu rozwoju CSR konieczne jest uwzględnienie stopnia otwartości systemu (w tym systemu informacyjnego); umiejętność wdrażania innowacyjnych produktów i przewidywania efektów końcowych;

- w kierunku oceniania wartości rozumieć umiejętność przewidywania integralności systemu; umiejętność zachowania własnej historii i tradycji oraz umiejętność łączenia ich z istniejącą kulturą biznesową w kraju;

- w kierunku oceny zaangażowanego systemu zarządzania ocenić zdolność menedżerów najwyższego szczebla do przystosowania się do warunków otoczenia zewnętrznego; ich poziom profesjonalizmu i postępowości;

- w kierunku oceny orientacji na społeczeństwo ocenić zdolność kierownictwa do koncentracji na pracownikach oraz procesy i metody motywowania;

- umiejętność angażowania pracowników i projektów CSR oraz kształtowania w nich poczucia przynależności; poziom wdrożenia najlepszych praktyk w zakresie realizacji programów CSR; umiejętność rozpoznawania potrzeb społecznych społeczeństwa.

Istnieje również potrzeba ustalenia osiągniętego poziomu jakości decyzji zarządczych w zakresie realizacji CSR w takich obszarach jak [7, 8]:

- wsparcie regulacyjne procesu zarządzania CSR. Priorytetowo będzie traktowana stosowana polityka społeczna w działalności spółki. Dostępność Kodeksu CSR oraz strategii opartej na najlepszych doświadczeniach krajowych i międzynarodowych;

- istnienie struktury zarządzania CSR, w tym aparaty administracyjne i wykonawcze;

- umiejętność przyciągania interesariuszy i szkolenia ich w celu wdrażania programów CSR;

- analizować realizowane programy CSR w zależności od ich rodzajów oraz stosowanych narzędzi i mechanizmów, a także cykliczności kształtowanych procesów CSR.

Według badań portalu biznesowego Diya wojna na Ukrainie stała się siłą napędową, która wpłynęła na

розwój inicjatyw CSR. Tym samym 31,5% krajowych przedsiębiorstw wdraża programy CSR i uznaje je za ważny element działalności przedsiębiorstwa oraz jednoznaczną pozycję pracowników, którzy aktywnie pomagają (np. po kosztach itp. .p.); 23,5% tworzy miejsca pracy i odprowadza podatki do budżetu; 38,4% pomaga osobiście najlepiej jak potrafi. Jak widać, ponad 70% przedsiębiorstw, które prowadzą działalność, dołączyło programy CSR o przejrzyste programy. Należy zauważyć, że 33,4% przystosowało się już do warunków wojny i ma strategię rozwoju, 50,5% intuicyjnie zarządza przedsiębiorstwem, 11,1% nie widzi sensu w opracowywaniu strategii w warunkach wojny [9].

Według badań przedstawionych w raporcie analitycznym Factum Group Ukraina, wojna wpłynęła na: zmniejszenie wydatków na działania marketingowe i reklamowe (45% całkowicie anulowane); asortyment i poszukiwanie rynków zbytu; ogólna optymalizacja budżetów i redystrybucja inwestycji; zwiększenie wydatków na projekty społeczne i wsparcie kraju (przeznaczenie środków na cele charytatywne, pomoc humanitarną, wsparcie Sił Zbrojnych itp.). Jednocześnie 65% firm zdecydowało się na zmianę strategii, 22% radykalnie zmieniło strategię, 10% nie zmieniło strategii, a 4% odmówiło zmiany strategii. Dla konsumentów w warunkach wojennych ważne jest, aby firma, której produkty kupują, wspierała Siły Zbrojne (39%) i ich pracowników (18%) w ich inicjatywach CSR [10].

Wnioski i perspektywy dalszych badań w tym kierunku. Zgodnie z wynikami badań należy zauważyć, że sukces CSR zależy od chęci menedżerów do wdrażania projektów CSR we własnej działalności gospodarczej, do zmiany poziomu odpowiedzialności społecznej w zależności od stopnia gotowości interesariuszy do współpracy, zrozumienia pilnych problemów społecznych, które wymagają natychmiastowej reakcji ze strony kierownictwa, a także dostosowania się do wojennych realiów w aspekcie społecznym i ekonomicznym. Jednocześnie wszystkie inicjatywy CSR muszą być przejrzyste i dostarczać społeczeństwu informacji. Z drugiej strony kompleksowe ujęcie inicjatyw CSR zmotywuje innych do podejmowania odpowiednich działań, przyczyni się do przyciągania inwestycji i kształtowania reputacji biznesowej przedsiębiorstw.

Dalsze badania będą polegały na opracowaniu metod oceny inicjatyw CSR oraz określeniu dalszych perspektyw ich rozwoju.

BIBLIOGRAFIA

1. Харламова А. О. КСВ як необхідний чинник формування корпоративної стратегії. *Ефективна економіка*. 2012. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1410>.
2. Carroll A., Shabana K. Biznesowe uzasadnienie społecznej odpowiedzialności biznesu: przegląd koncepcji, badań i praktyki. *International Journal of Management Review*. 2010. nr 12. P. 85-105.

3. Лихолат С. М. Аналіз реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності в практичній діяльності підприємств. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права*. 2022. № 34. С. 238-245.

4. Затеїщикова О. О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2014. № 2. С. 200-205.

5. Місько Г. А. Вплив корпоративної соціальної відповідальності на ефективність операційної діяльності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень* : зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. Одеса, 2009. Вип. 36. С. 113-118.

6. Крикавський С. В., Якимишин Л. Я. *Перспективи розвитку обліку соціальної відповідальності промислового підприємства* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції "Обліково-аналітичне забезпечення системи менеджменту підприємства", м. Львів, 27-28 квітня 2017 р., с. 150-151.

7. Howaniec H. *Zaangażowanie sociale przedsiębiorce jako element marketingu wtytu*. Warszawa : CeDeWu, 2019. S. 282.

8. Howaniec H. Wpływ spożętej odpościębie biznesu na lojalność wobec marki (Wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu na lojalność konsumentów wobec marki). *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*. 2016. No. 45. S. 32-40.

9. Стан та потреби бізнесу в умовах війни: результати опитування. URL: <https://business.diaa.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna>.

10. Тенденції 2022 в управлінні маркетинговими комунікаціями 2022. Аналітичний звіт. Підготовлено Factum Group у партнерстві з Всеукраїнською рекламною коаліцією. URL: <https://vrk.org.ua/images/Factum%20Group%20Marketing%20Directors%20Poll%20Report%202022.pdf>.

REFERENCES

1. Kharlamova, A. O. (2012), KSV iak neobkhidnyj chynnyk formuvannia korporatyvnoi stratehii, *Efektivna ekonomika*, № 9, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1410>.
2. Carroll A. and Shabana K. (2010), Biznesowe uzasadnienie społecznej odpowiedzialności biznesu: przegląd koncepcji, badań i praktyki, *International Journal of Management Review*, nr 12, p. 85-105.
3. Lykholat, S. M. (2022), Analiz realizatsii pryntsyviv korporatyvnoi sotsial'noi vidpovidal'nosti v praktychnij diial'nosti pidpriemstv, *Naukovi zapysky L'vivs'koho universytetu biznesu ta prava*, № 34, s. 238-245.
4. Zatiejschikova, O. O. (2014), Etapy formuvannia stratehii sotsial'noi vidpovidal'nosti biznesu, *Biznes Inform*, № 2, s. 200-205.
5. Mis'ko, H. A. (2009), Vplyv korporatyvnoi sotsial'noi vidpovidal'nosti na efektyvnist' operatsijnoi diial'nosti pidpriemstva, *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'* : zb. nauk. pr. / holov. red.

M. I. Zvieriakov; Odes'kyj derzh. ekon. un-t. Odesa, vyp. 36, s. 113-118.

6. Krykavs'kyj, Ye. V. and Yakymyshyn, L. Ya. *Perspektyvy rozvytku obliku sotsial'noi vidpovidal'nosti promysloвого pidpryemstva* : materialy III Mizhnarodnoi naukovo-praktyčnoj konferentsii "Oblikovo-analityczne zabezpechennia systemy menedzhmentu pidpryemstva", m. L'viv, 27-28 kvitnia 2017 r., c. 150-151.

7. Howaniec H. (2019), Zaangażowanie sociale przedsiębiorce przedsiębiorce jako element marketingu wtyty, CeDeWu, Warszawa, s. 282.

8. Howaniec H. (2016), Wpływ spośnej odpowiedzialności biznesu na lojalność wobec marki (Wpływ społecznej odpowiedzialności biznesu na lojalność

konsumentów wobec marki), *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, No. 45, s. 32-40.

9. Stan ta potreby biznesu v umovakh vijny: rezultaty opytuvannia, available at: <https://business.diia.gov.ua/cases/novini/stan-ta-potrebi-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opytuvanna>.

10. Tendentsii 2022 v upravlinni marketynhovymy komunikatsiiamy 2022. Analitychnyj zvit. Pidhotovleno Factum Group u partnerstvi z Vseukrains'koiu reklamnoiu koalitsiieiu, available at: <https://vrk.org.ua/images/Factum%20Group%20Marketing%20Directors%20Poll%20Report%202022.pdf>.

Стаття надійшла до редакції 08 червня 2023 року

УДК 657:656

Сороківський В. М.,

lute@lute.lviv.ua, ORCID ID: 0000-0002-58852690,

Researcher ID: G-7762-2019,

к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри вищої математики та кількісних методів,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Воронко О. С.,

oksanavoronko@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-8235-611X,

Researcher ID: F-8553-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Бурдик О. Ю.,

olenatka@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3002-7672,

Researcher ID: GLR-0570-2022,

д.ф., доц., доцент кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. *Визначено актуальність комплексного розгляду прогнозування показників діяльності автотранспортного підприємства, з урахуванням різноманітних факторів, що впливають на його рентабельність. Встановлено важливість управління якістю витрат підприємства, оскільки його вартісні дані характеризують фінансовий стан суб'єктів господарювання та формують загальну інформаційно-аналітичну основу для показників ефективності фінансово-господарської діяльності автотранспортних підприємств. Узагальнено позиції різних науковців щодо системного підходу до визначення вартості суб'єкта бізнесу та надання інформації про ці показники зовнішнім і внутрішнім користувачам, оскільки в деяких випадках вартість суб'єкта бізнесу ототожнюється з його вартістю, оцінюючи його діяльність з метою майбутніх продажів чи інвестицій. Аналіз фінансового стану підприємства вважається основою для визначення його вартості, оскільки він чітко розкриває всі ризики та перспективи діяльності. Актуальним завданням даної праці є удосконалення методики визначення ринкової вартості суб'єкта бізнесу як на основі використання значень точкових прогнозів для чистого фінансового результату (збитку) та вартості чистих активів, так і на основі використання значень довірчих меж для точкових прогнозів у інтервальному оцінюванні. Зазначено, що використання значень точкових прогнозів не позбавлене недоліків, оскільки за рахунок стохастичної невизначеності немає змоги оцінити міру точності знайдених прогнозних значень, що впливатиме і на точність значень ринкової вартості суб'єкта бізнесу. Запропоновано при обчисленні ринкової вартості поряд із значеннями точкових прогнозів використовувати і значення меж довірчих інтервалів для чистого фінансового результату та вартості чистих активів. Зауважено, що подальші дослідження слід присвятити вивченню залежностей між величиною чистого фінансового результату, величиною вартості чистих активів та залежності вартості підприємства від величини чистого фінансового результату та величини чистих активів підприємства.*

Ключові слова: *автотранспортне підприємство, вартість підприємства, коефіцієнт детермінації, ряди динаміки, чистий фінансовий результат, рівняння значущості, середній рівень ряду, рівняння трендів, точковий прогноз.*

Sorokivsky V. M.,

ORCID ID: 0000-0002-58852690, Researcher ID: G-7762-2019,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Higher Mathematics and Quantitative Methods, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Voronko O. S.,

oksanavoronko@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-8235-611X,

Researcher ID: F-8553-2019,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Burdyk O. Yu.,

olenatka@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3002-7672,

Researcher ID: GLR-0570-2022,

Ph.D., Associate Professor of the Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

FORECASTING THE PERFORMANCE INDICATORS OF AN AUTOTRANSPORT ENTERPRISE

Abstract. *The relevance of a comprehensive consideration of forecasting indicators of the activity of a autotransport enterprise, taking into account various factors affecting its profitability, has been determined. The importance of managing the quality of an enterprise's costs has been determined, since its cost data characterize the financial condition of economic entities and form a general informational and analytical basis for indicators of the efficiency of the financial and economic activity of autotransport enterprises. The positions of various scientists regarding the systematic approach to determining the value of a business entity and providing information about these indicators to external and internal users are summarized, since in some cases the value of a business entity is equated with its value, evaluating its activity for the purpose of future sales or investments. The analysis of the financial condition of the enterprise is considered the basis for determining its value, as it clearly reveals all the risks and prospects of the activity. The actual task of this work is to improve the methodology for determining the market value of a business entity both on the basis of the use of point forecast values for the net financial result (loss) and the value of net assets, and on the basis of the use of confidence limit values for point forecasts in interval evaluation. It is noted that the use of point forecast values is not without its drawbacks, because due to stochastic uncertainty, it is not possible to assess the degree of accuracy of the found forecast values, which will also affect the accuracy of the market value indicators of the business entity. It is suggested that when calculating the market value, along with the values of point forecasts, the values of the limits of the confidence intervals for the net financial result and the value of net assets should be used. It is noted that further research should be devoted to the study of the relationship between the value of the net financial result, the value of the net assets and the dependence of the value of the enterprise on the value of the net financial result and the value of the net assets of the enterprise.*

Keywords: autotransport enterprise, enterprise value, coefficient of determination, series of dynamics, net financial result, equation of significance, average level of the series, equation of trends, point forecast.

JEL Classification: M41

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-03>

Постановка проблеми. В сучасних реаліях економіки України ряд суб'єктів бізнесу працює на межі припинення своєї діяльності. Тому, щоб уникнути цього і навіть запобігти банкрутству, актуальним завданням є визначення ринкової вартості суб'єкта бізнесу на даний момент, а також прогнозування її величини на наступні роки. Володіння такою інформацією дозволить суб'єкту бізнесу вчасно вжити ефективні заходи, щоб покращити його фінансовий стан та запобігти банкрутству.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти визначення ринкової вартості суб'єкта бізнесу розглядають у своїх працях українські та зарубіжні вчені, зокрема О. В. Бурбан, М. В. Корягін, Р. О. Костирко, П. О. Куцик, О. Г. Мендрул, О. Б. Мних, Г. Й. Островська, І. Й. Плікус, С. І. Тарасенко, О. О. Терещенко, Н. В. Тертична, М. Г. Чумаченко, Н. В. Шевчук та ін. Дане питання розглядалося також авторами праці [9].

Постановка завдання. У цитованих вище працях на основі використання методів рядів динаміки отримані прогностичні значення вартості підприємств на наступні п'ять років на основі емпіричних даних про чистий фінансовий результат (збиток) та вартість чистих активів за попередні роки. Актуальним завданням, яке ставиться в даній праці, є удосконалення методики визначення ринкової вартості суб'єкта бізнесу як на основі використання значень точкових прогнозів для чистого фінансового результату (збитку) та вартості чистих активів, так і на основі використання значень довірчих меж для точкових прогнозів у інтервальному оцінюванні.

Вклад основного матеріалу дослідження. Важливість визначення ринкової вартості суб'єкта бізнесу розглянута у багатьох працях. Так, А. В. Воронін приділив увагу управлінню вартості підприємства [2], В. В. Бойко, Н. В. Любарська – факторам вартості внутрішнього середовища [1,

с. 41], Г. В. Кириченко [5], Ю. О. Кульбач [6], В. І. Куцик, І. В. Явтуховська [7, с. 86], І. Я. Левчак [8, с. 104] – стратегії розвитку підприємства та теоретико-методологічній базі управління вартістю суб'єкта бізнесу. Роль бухгалтерського обліку у системі управління вартістю підприємства розглянута у праці М. В. Корягіна [3].

У таблиці 1 наведено відомості про величини чистого фінансового результату (збитку діяльності) та вартості чистих активів ЛК АТП №1 впродовж останніх семи кварталів (2020-2022 р.р.).

Для визначення ринкової вартості суб'єкта бізнесу нам будуть необхідні прогнозні значення показників рівня чистого фінансового результату (збитку) та вартості чистих активів у прогнозованому періоді. Їх визначення можна проводити як за допомогою аналітичних методів вирівнювання рядів динаміки, так і на підставі середніх величин

(середнього рівня ряду динаміки та середнього темпу зростання).

Суть аналітичних методів полягає у побудові лінії тренду, яка записує закономірності розвитку досліджуваного показника впродовж певного періоду часу. Для того, щоб вибрати її форму, потрібно побудувати графічне зображення (діаграму розсіювання) емпіричних даних (рис. 1).

З наведеної діаграми розсіювання видно, що форма кореляційної залежності $y(t)$ схожа на параболічну $y(t) = b_0 + b_1t + b_2t^2$, де b_0, b_1, b_2 – параметри (коефіцієнти) рівняння тренду. Вони є розв'язками такої системи нормальних рівнянь:

$$\begin{cases} b_0n + b_1\sum_{t=1}^n t + b_2\sum_{t=1}^n t^2 = \sum_{t=1}^n y_t \\ b_0\sum_{t=1}^n t + b_1\sum_{t=1}^n t^2 + b_2\sum_{t=1}^n t^3 = \sum_{t=1}^n ty_t \\ b_0\sum_{t=1}^n t^2 + b_1\sum_{t=1}^n t^3 + b_2\sum_{t=1}^n t^4 = \sum_{t=1}^n t^2y_t \end{cases} \quad (1)$$

Таблиця 1

Відомості про величини чистого фінансового результату (збитку діяльності) та вартості чистих активів впродовж останніх семи кварталів ЛК АТП № 1 у 2020-2022 роках [10-12]

Квартал	1	2	3	4	5	6	7
Чистий фінансовий результат	150079	206612	44939	86830	118551	151300	37176
Вартість чистих активів	586585	552870	562417	559835	568014	561581	530706

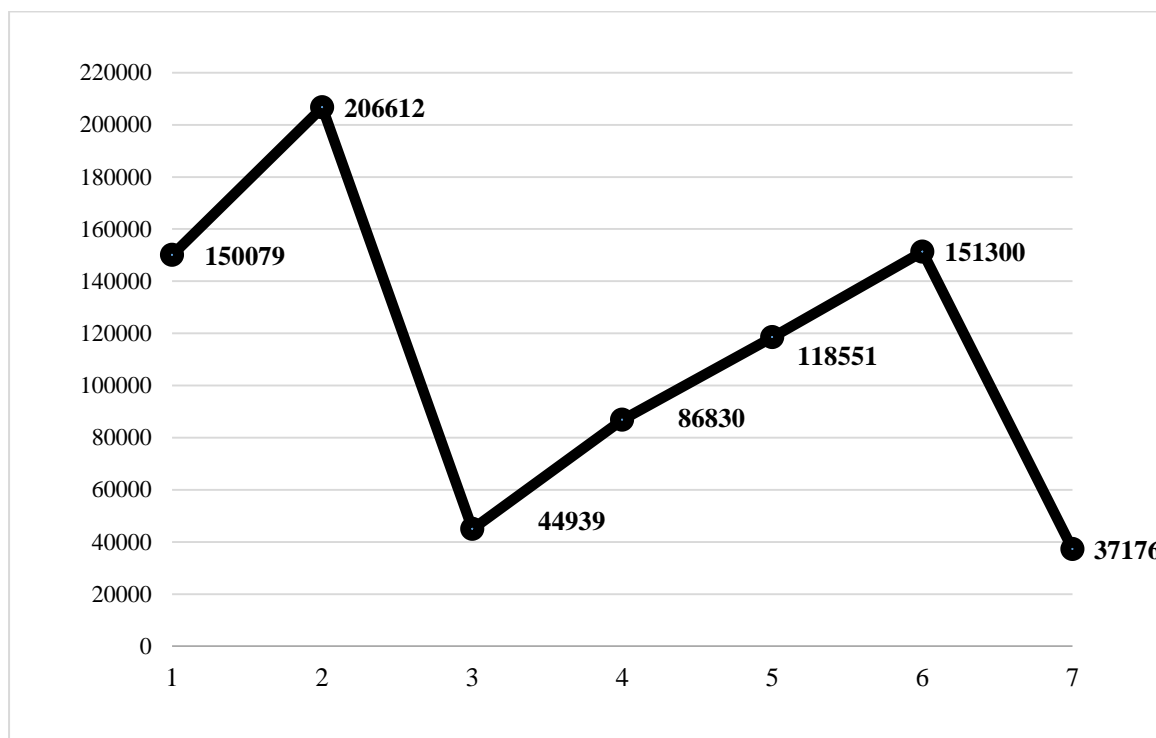


Рис. 1. Діаграма розсіювання показників рівня чистого фінансового результату за сім кварталів ЛК АТП № 1 у 2020-2022 роках [10-12]

Для того, щоб переконатися в тому, що модель може бути використана для прогнозування, слід обчислити коефіцієнт детермінації R^2 , який характеризує частину загальної дисперсії показника y , яка може бути пояснена регресією. Чим ближче значення R^2 до 1, тим більш надійне рівняння регресії, тобто тим вища його якість до розрахунку прогнозних значень. При його обчисленні слід скористатися формулою:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_{t=1}^n (y_t - \hat{y}_t)^2}{\sum_{t=1}^n (y_t - \bar{y})^2} \quad (2)$$

в якій y_t - значення рівнів ряду для періоду t , \bar{y} - значення середнього рівня, \hat{y}_t - рівні ряду динаміки, розраховані на основі отриманого рівняння тренду $y(t) = b_0 + b_1 t + b_2 t^2$ підстановкою в них значень $t = 1, \dots, n$

Для показників рівня чистого фінансового результату система нормальних рівнянь має вигляд:

$$\begin{cases} 7b_0 + 28b_1 + 140b_2 = 795487 \\ 28b_0 + 140b_1 + 659b_2 = 2796227 \\ 140b_0 + 784b_1 + 4676b_2 = 13002457 \end{cases}$$

Її розв'язки $b_0 = 178149,8$; $b_1 = -20112,95$; $b_2 = 792,15$, а рівняння тренду

$$y = 178149,8 - 20112,95t + 792,15t^2.$$

Значення коефіцієнта детермінації $R^2 = 0,79$ вказує, що модель адекватна результатам спостережень і може бути використана для прогнозування.

З побудованої діаграми розсіювання емпіричних даних чистих активів видно, що модель є лінійною $y = b_0 + b_1 t$, де параметри b_0 і b_1 є розв'язками такої системи нормальних рівнянь:

$$\begin{cases} b_0 n + b_1 \sum_{t=1}^n t + b_2 \sum_{t=1}^n t^2 = \sum_{t=1}^n y_t \\ b_0 \sum_{t=1}^n t + b_1 \sum_{t=1}^n t^2 + b_2 \sum_{t=1}^n t^3 = \sum_{t=1}^n t y_t \end{cases} \quad (3)$$

Для чистих активів система нормальних рівнянь має вигляд:

$$\begin{cases} 7b_0 + 28b_1 = 3923006 \\ 28b_0 + 140b_1 = 15543414 \end{cases}$$

Її розв'язки: $b_0 = 581659,43$; $b_1 = 5307,5$, а рівняння тренду:

$$y = 581659,4 - 5307,5t.$$

Коефіцієнт детермінації $R^2 \approx 0,7$.

Оскільки середній рівень ряду $\bar{y} = 560429$ і в ряді динаміки чистих активів спостерігається коливість рівнів, то можемо скористатися для прогнозування методом середнього рівня ряду.

На основі вищенаведеного прогнозні значення величин чистих активів будемо шукати як методом аналітичного вирівнювання на основі лінійного тренду, так і методом середнього рівня ряду.

Точковий прогноз – це значення \hat{y}_{n+1} залежної змінної, розраховане для відповідного значення $t = n + 1$ на основі рівнянь регресії $\hat{y} = b_0 + b_1 t$ чи $y = b_0 + b_1 t + b_2 t^2$.

Використання точкових прогнозів не позбавлене недоліків. Тому на практиці з точковою оцінкою \hat{y}_{n+1} завжди вказують ще інтервальну для рівня значущості α , тобто будують довірчий інтервал для індивідуальних значень прогнозу для відповідного значення $t = n + 1$.

Довірчий інтервал для індивідуальних значень прогнозу при відповідному значенні $t = n + 1$ та рівні значущості α матиме вигляд:

$$\hat{y}_{n+1} - t_{\alpha, n-2} \sigma^*(t = n+1) \leq y_{n+1} \leq \hat{y}_{n+1} + t_{\alpha, n-2} \sigma^*(t = n+1) \quad (4)$$

$$\sigma^*(t = n+1) = \sigma_\varepsilon \sqrt{1 + \frac{1}{n} + \frac{(n+1-t)^2}{\sum_{t=1}^n (t-\bar{t})^2}} \quad (5)$$

Для показників рівня чистого фінансового результату рівняння тренду:

$$y = 178149,8 - 20112,95t + 792,15t^2$$

Підставивши значення $t = n + 1 = 8$, отримаємо $y_8 = 67943,8$.

Стандартна похибка $\sigma_\varepsilon = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^n (y_t - \hat{y}_t)^2}{n-2}} =$

$$= \sqrt{\frac{612288973,6}{5}} = 11066,7.$$

Далі $\bar{t} = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n t = \frac{1}{7} (1+2+3+4+5+6+7) = 4$, $\sum_{t=1}^7 (t - \bar{t})^2 = 28$, $t_{0,05;5} = 2,57$.

Тоді для рівня значущості $\alpha=0,05$ довірчий інтервал $67942,8 - 2,57 \cdot 14471,6 \leq y_8 \leq 67942,8 + 2,57 \cdot 14471,6$ або $30750,79 \leq y_8 \leq 105134,81$.

Для показників рівня чистих фінансових активів рівняння тренду $y = 581659,43 - 5307,5t$. Підставивши значення $t = n + 1 = 8$, отримаємо $y_8 = 539199,43$.

Стандартна похибка $\sigma_\varepsilon = \sqrt{\frac{48484328050}{5}} = 4119,3$.

Тоді для рівняння значущості $\alpha = 0,05$ довірчий інтервал $539199,43 - 2,57 \cdot 5386,68 \leq y_8 \leq 539199,43 + 2,57 \cdot 5386,68$ або $525355,67 \leq y_8 \leq 553043,19$.

У роботі [4, с. 121] пропонується розрахунок вартості суб'єкта бізнесу проводити за формулою:

$$V_t = NAV_t + \sum_{t=1}^T \frac{E_t \left[\frac{NI_i}{NAV_i} - r_e \right] NAV_t}{(1+r_e)^i} \quad (6)$$

де V_t – ринкова вартість суб'єкта бізнесу в момент часу t ; NAV_t – відкоригована вартість чистих активів на кінець звітного періоду; NAV_i – вартість чистих активів у прогнозному періоді з урахуванням одержаного прибутку;

$$E_t \left[\frac{NI_i}{NAV_i} - r_e \right] \quad (7)$$

– очікувані значення, що базуються на прогнозних даних, доступних у момент часу t ; NI_i – чистий прибуток у прогнозному періоді; r_e – ціна власного капіталу.

Відповідно до наведеної формули обчислення значень ринкової вартості V_t на момент часу t базується на значеннях точкових прогнозів чистого фінансового результату та вартості чистих активів на даний момент часу.

Як зазначалося вище, використання значень точкових прогнозів не позбавлене недоліків: за рахунок стохастичної невизначеності немає змоги оцінити міру точності знайдених прогнозних значень. Це, в свою чергу, впливатиме і на точність значень ринкової вартості суб'єкта бізнесу.

Тому ми пропонуємо при обчисленні ринкової вартості поряд із значеннями точкових прогнозів використовувати і значення меж довірчих інтервалів для чистого фінансового результату та вартості чистих активів.

Поклавши у рівняння трендів для фінансового результату та чистих активів $t=8$, ми отримаємо такі значення точкових прогнозів і довірчих меж: 63943,8; 30750,79; 105134,81 - для чистого фінансового результату та 539199,43; 525355,67; 525355,67; 553043,19 - для чистих активів.

Підставляючи у формулу для обчислення вартості підприємства почергово значення точкових прогнозів, а також межі довірчих інтервалів для чистого фінансового результату та вартості чистих активів, отримаємо дев'ять значень вартості підприємства: 500096,84; 500868,22; 501580,32; 528631,41; 530037,31; 531535,86; 563598,99; 566236,28; 568670,95 на наступний рік, які знаходяться в межах $500096,84 \leq V_t \leq 568670,95$. При цьому найменше значення 500096,84 досягається тоді, коли за прогнозне значення беруться нижня межа для чистого фінансового результату та верхня межа для вартості чистих активів. Найбільше ж значення вартості підприємства 568670,95 досягається тоді, коли за прогнозні значення беруться значення верхньої межі чистого фінансового результату та нижньої межі вартості чистих активів. Значення вартості підприємства $V_t=530037,31$, яке досягається при значеннях точкових прогнозів на наступний рік чистого фінансового результату та вартості чистих активів, є медіаною для ряду розподілу вартостей підприємства.

Слід зауважити, що середнє значення прогнозованої вартості підприємства на наступний рік становить 532255,1.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Оскільки прогнозне значення вартості підприємства 530037,31 є медіаною ряду розподілу прогнозних значень вартостей, то можемо стверджувати, що з однаковою ймовірністю $p=0,5$ прогнозне значення вартості може лежати як в інтервалі [500096,84; 530037,31], так і в інтервалі [530037,31; 568670,95]. Тому керівництву підприємства слід використати додаткові резерви для того, щоб підвищити його вартість і запобігти її зниженню.

На нашу думку, подальші дослідження слід присвятити вивченню залежностей між величиною чистого фінансового результату та величиною вартості чистих активів та залежності вартості підприємства від величини чистого фінансового результату та величини чистих активів підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко В. В., Любарська Н. В. Систематизація факторів формування вартості автотранспортного підприємства. *Науково-технічний збірник*. 2015. Вип. 3 (33). С. 39-46.
2. Воронін А. В. Системний підхід до управління вартістю підприємства. *Економіка і організація управління*. 2016. Вип. 3 (23). С. 148-155.
3. Корягін М. В. Бухгалтерський облік у системі управління вартістю підприємства: теорети-

ко-методологічні концепції : монографія. Львів : Видавництво ЛКА, 2012. 389 с.

4. Корягін М. В. Оцінювання вартості підприємства в системі бухгалтерського обліку : монографія. Львів : ТОВ "НВП "Інтерсервіс", 2012. 262 с.

5. Кириченко Г. В. Принципи формування орієнтованої на вартість стратегії розвитку підприємства автомобільного транспорту. *Вісник НТУ*. 2012. Вип. 26 (1). С. 371-374.

6. Кульбач Ю. О. Механізм управління вартістю підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 23. С. 82-86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2017_23_16.

7. Куцик В. І., Явтуховська І. В. Методи та підходи до оцінки вартості підприємства: теоретичний аспект, проблеми їх використання. *Вісник Львівської комерційної академії*. Серія економічна. 2015. Вип. 48. С. 82-87. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2015_48_16.

8. Левчак І. Я. Вартість підприємства як критерій ефективності управління. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія Економіка. 2014. Вип. 1. С. 104-108. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2014_1_21.

9. Сороківський В. М., Редченко К. І., Бурдик О. Ю. Статистичні підходи до оцінювання вартості автотранспортного підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39.

10. Фінансові документи ЛК АТП №1 за 2020 р. URL: <https://city-adm.lviv.ua/public-information/utilities/lk-atp-1/finansovi-dokumenty>.

11. Фінансові документи ЛК АТП №1 за 2021 р. URL: <https://city-adm.lviv.ua/public-information/utilities/lk-atp-1/finansovi-dokumenty>.

12. Фінансові документи ЛК АТП №1 за 2022 р. URL: <https://city-adm.lviv.ua/public-information/utilities/lk-atp-1/finansovi-dokumenty>.

REFERENCES

1. Bojko, V. V. and Liubars'ka, N. V. (2015), Systematyzatsiia faktoriv formuvannia vartosti avtotransportnoho pidpriemstva, *Naukovo-tekhnicnyy zbirnyk*, vyp. 3 (33), s. 39-46.
2. Voronin, A. V. (2016), Systemnyy pidkhid do upravlinnia vartistiu pidpriemstva, *Ekonomika i orhanizatsiia upravlinnia*, vyp. 3 (23), s. 148-155.
3. Koriahin, M. V. (2012), Bukhhalters'kyj oblik u systemi upravlinnia vartistiu pidpriemstva: teoretyko-metodolohichni kontseptsii : monohrafiia, Vydavnytstvo LKA, L'viv, 389 s.
4. Koriahin, M. V. (2012), Otsiniuvannia vartosti pidpriemstva v systemi bukhalters'koho obliku : monohrafiia, TOV "NVP "Interservis", L'viv, 262 s.
5. Kyrychenko, H. V. (2012), Pryntsypy formuvannia oriientovanoi na vartist' stratehii rozvytku pidpriemstva avtomobil'noho transportu, *Visnyk NTU*, vyp. 26 (1), s. 371-374.
6. Kul'bach, Yu. O. (2017), Mekhanizm upravlinnia vartistiu pidpriemstva, *Investytsii: praktyka ta dosvid*, № 23, s. 82-86, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2017_23_16.

7. Kutsyk, V. I. and Yavtukhovs'ka, I. V. (2015), Metody ta pidkhody do otsinky vartosti pidpriemstva: teoretychnyj aspekt, problemy ikh vykorystannia, *Visnyk L'vivs'koi komertsijnoi akademii*. Serii ekonomichna, vyp. 48, s. 82-87, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2015_48_16.

8. Levchak, I. Ya. (2014), Vartist' pidpriemstva iak kryterij efektyvnosti upravlinnia, *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho universytetu*. Serii Ekonomika, vyp. 1, s. 104-108, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuuec_2014_1_21.

9. Sorokivs'kyj, V. M. Redchenko, K. I. and Burdyk, O. Yu. (2022), Statystychni pidkhody do otsini-

uvannia vartosti avtotransportnoho pidpriemstva, *Ekonomika ta suspil'stvo*, vyp. 39.

10. Finansovi dokumenty LK ANP№1 za 2020 rr., available at: <https://city-adm.lviv.ua/public-information/utilities/lk-atp-1/finansovi-dokumenty>.

11. Finansovi dokumenty LK ANP№1 za 2021 rr., available at: <https://city-adm.lviv.ua/public-information/utilities/lk-atp-1/finansovi-dokumenty>.

12. Finansovi dokumenty LK ANP№1 za 2022 rr., available at: <https://city-adm.lviv.ua/public-information/utilities/lk-atp-1/finansovi-dokumenty>.

Стаття надійшла до редакції 26 липня 2023 року

УДК 339.138: 316.776: 659

*Балук Н. Р.,
notika2002@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7014-3152,
Researcher ID: E-9876-2019,
к.е.н., доц., доцент кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів*

*Басій Н. Ф.,
basij@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7003-6007,
Researcher ID: F-9024-2019,
к.е.н., доц., завідувачка кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів*

*Гліненко Л. К.,
lkg2002@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3105-4568,
Researcher ID: K-3740-2017,
к.т.н., доц., доцент кафедри електронних засобів інформаційно-комп'ютерних технологій,
Національний університет "Львівська політехніка", м. Львів*

*Дайновський Ю. А.,
ydd@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8421-2104,
Researcher ID: F-3903-2019,
д.е.н., проф., професор кафедри маркетингу, Львівський торговельно-економічний університет,
м. Львів*

КОМУНІКАЦІЙНІ ПРИЙОМИ У МАРКЕТИНГУ

***Анотація.** Констатується, що дезагрегація загальної комунікаційної політики підприємства на окремі елементарні прийоми дозволяє краще розуміти конкретні складові відповідної діяльності, аналізувати причини успішності або неуспішності окремих маркетингових дій, обґрунтовано використовувати комбінації цих прийомів. Підкреслюється, що багатоаспектність процесу маркетингової комунікації зумовлює різноманіття підходів, які застосовуються під час спроб описати відповідні прийоми. У статті зроблена спроба впорядкування класифікації прийомів маркетингових комунікацій і переліку споживацьких мотивів, що використовуються у цих прийомах. Пропонуються чотири напрями класифікації маркетингових комунікаційних прийомів, а саме: прийоми перспективного характеру, пов'язані з формуванням комунікаційних стратегій, і прийоми тактичного характеру, призначені для привертання уваги споживача тут і зараз; прийоми, пов'язані з засобами розміщення і донесення до потенційних споживачів комунікаційних повідомлень і місцями розміщення таких повідомлень; прийоми, що застосовуються на різних стадіях наближення потенційного покупця до здійснення купівлі – іміджеві повідомлення, інформування, переконування, навіювання, спонування і нагадування; прийоми, пов'язані зі споживацькими цінностями і з мотивацією потенційних покупців щодо отримання цих цінностей. Частково ці класифікаційні групи можуть перетинатися і конкретні прийоми одночасно стосуватимуться кількох із названих груп. Підкреслюється, що застосування у практичній діяльності якомога ширшого спектра прийомів маркетингових комунікацій сприятиме підвищенню ефективності цих комунікацій, збільшенню товарообороту торговельних організацій, а покупці матимуть підстави для здійснення більш продуманих купівель. Констатується, що подальші дослідження можуть бути спрямовані на виявлення додаткових прийомів маркетингових комунікацій, удосконалення їх класифікації і пошук найбільш ефективних способів прив'язки проблемних практичних ситуацій до сукупностей відповідних цим ситуаціям і рекомендованих до застосування комунікаційних прийомів.*

Ключові слова: комунікаційні прийоми, маркетингові комунікації, маркетинг, реклама, мотивація покупців.

*Baluk N. R.,
notika2002@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7014-3152,
Researcher ID: E-9876-2019,
Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv*

Basij N. F.,

basij@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-7003-6007,

Researcher ID: F-9024-2019,

Ph.D., Associate Professor, Head of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Hlinenko L.K.,

lkg2002@ukr.net, ORCID ID: 0000-0002-3105-4568,

Researcher ID: K-3740-2017,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Electronic Means of Information and Computer Technologies, "Lviv Polytechnic" National University, Lviv

Daynovskyy Y. A.,

yddd@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-8421-2104,

Researcher ID: F-3903-2019,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Marketing, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

COMMUNICATION TECHNIQUES IN MARKETING

Abstract. *It is stated that disaggregation of the general communication policy of an enterprise to separate elementary techniques makes it possible to gain deeper understanding of specific components of the relevant activity, to analyse the reasons for success or failure of particular marketing actions, and to substantiate the use of combinations of these techniques. It is emphasized that the multidimensional nature of the marketing communication process determines the variety of approaches used when trying to describe the related techniques. The article attempts to streamline the classification of marketing communication techniques and the list of consumer motives used in these techniques. Four areas of classification of marketing communication techniques are proposed, namely: techniques of a visionary nature related to the formation of communication strategies and tactical techniques designed to attract the attention of the consumer here and now; techniques related to the means of placing and delivering communication messages to potential consumers and the places of placement of such messages; techniques used at different stages of bringing a potential buyer closer to making a purchase – image messages, informing, persuading, inspiring, encouraging and reminding; techniques related to consumer values and the motivation of potential buyers towards obtaining these values. These classification groups may partially overlap, and specific techniques may simultaneously refer to several of these groups. It is emphasized that the application of the widest possible range of marketing communications techniques will help to ensure the effectiveness of these communications, increase the turnover of trade organizations, and provide customers with grounds for making more well-thought-out purchases. It is stated that further research can be aimed at identifying additional marketing communication techniques, improving their classification and finding the most effective ways to match problematic practical situations with sets of appropriate communication techniques recommended for use in these situations.*

Key words: communication techniques, marketing communications, marketing, advertising, customer motivation.

JEL Classification: M31, M37

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-04>

Постановка проблеми. Маркетингова комунікаційна політика є однією з основних складових маркетингової діяльності будь-якого підприємства. Сучасна концепція маркетингу передбачає, що у центрі уваги підприємства має бути споживач, потенційний покупець, який в ідеалі мав би стати постійним покупцем його продукції. Для того, щоб схилити потенційного покупця до купівлі, необхідно у різний спосіб комунікувати з ним, інформуючи про продукцію підприємства, переконуючи і стимулюючи його здійснити купівлю, постійно нагадуючи про це. Комунікація з потенційним

покупцем є складною і розгалуженою сферою діяльності, успішне здійснення якої створює передумови для ефективної діяльності підприємства загалом. Маркетингова комунікаційна діяльність складається з великої кількості комунікаційних маркетингових прийомів, що, як окремі "цеглинки" складають загальну конструкцію маркетингових комунікацій, що у значній мірі зумовлює успішність або неуспішність ринкової діяльності кожного підприємства.

Деагрегація загальної комунікаційної політики підприємства на окремі елементарні прийоми

дозволяє краще розуміти конкретні складові відповідної діяльності, аналізувати зміст і причини успішності або неуспішності окремих маркетингових дій, обґрунтовано використовувати комбінації цих прийомів для досягнення загального синергетичного ефекту і забезпечення розвитку і рентабельності підприємства. У зв'язку з цим актуальним питанням науки і практики маркетингу є аналіз змісту і класифікація комунікаційних прийомів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У працях науковців із питань маркетингу регулярно приділяється значна увага теорії, практиці і напрямкам удосконалення маркетингових комунікацій. Зокрема, наукові дослідження останніх років охоплюють питання класифікації варіантів цих комунікацій [7, 17], управління ними та їх ефективності [1, 3, 8, 17, 26], тенденцій і перспектив їхнього розвитку [2, 3, 6, 21, 26], цифрових маркетингових комунікацій і комунікацій в Інтернеті [1, 2, 4, 7, 8, 18-20], інтегрованих комунікацій [1, 20], комунікаційної стратегії і політики [4, 18, 19, 21, 22, 26], інструментів маркетингових комунікацій [2, 5, 20-22], застосування реклами в комунікаційній діяльності [11, 13-17, 23-25], впливу комунікацій на цільові аудиторії споживачів [10-14, 25], психології маркетингових комунікацій [10, 13, 15] та інші важливі аспекти маркетингових комунікацій. Цим питанням присвячені праці Ілляшенка С. М., Ілляшенко Н. С., Попової Н. В., Пилипчука В. П., Романенко О. О., Яненка Я. В. і інших відомих вчених. Проблематика маркетингових комунікацій розглядається у наукових монографіях [8, 18, 24], дисертаціях [23], статтях [2, 6, 7, 17, 19-22], матеріалах міжнародних науково-практичних конференцій [1, 3-5, 26], навчальних виданнях [9].

Попри достатню кількість популярних інтернет-статей стосовно конкретних прийомів маркетингових комунікацій, орієнтованих на практиків і споживачів [10-16, 25], очевидно є мінімальна увага до цих питань у наукових публікаціях (остання знайдена нами публікація датується 2012 р. [17]), що і зумовлює актуальність даної статті.

Постановка завдання. Метою статті є спроба впорядкування класифікації прийомів маркетингових комунікацій і переліку споживацьких мотивів, що використовуються у цих прийомах.

Викладення основного матеріалу дослідження. Багатоаспектність процесу маркетингової комунікації зумовлює різноманіття підходів, які застосовуються під час численних спроб описати прийоми такої комунікації. В економічній літературі нерідко спостерігається перемішування різних варіантів класифікації комунікаційних прийомів. На наш погляд, доцільно розрізнити:

1) прийоми перспективного характеру, пов'язані з формуванням комунікаційних стратегій (1а), і тактичні прийоми, призначені для привертання уваги споживача тут і зараз (1б);

2) прийоми, пов'язані з засобами розміщення і донесення до потенційних споживачів комунікаційних повідомлень (2а) і місцями розміщення таких повідомлень (2б);

3) прийоми, що застосовуються на різних стадіях наближення потенційного покупця до здійснення купівлі: іміджеві повідомлення (3а), інформування (3б), переконування (3в), навіювання (3г) [10], спонукання (3д), нагадування (3е);

4) прийоми, пов'язані зі споживацькими цінностями і з мотивацією потенційних покупців щодо отримання цих цінностей, тобто з різними варіантами мотивації, які створюються комунікатором для впливу на цільові аудиторії.

Частково ці класифікаційні групи можуть перетинатися у тому сенсі, що конкретний прийом може одночасно стосуватися кількох із названих груп.

З формуванням перспективних комунікаційних стратегій (1а) пов'язані, наприклад, прийом прес-тижної реклами, яка стосується загальної репутації фірми; прийом тотальності реклами, який означає, що ця реклама повинна переслідувати потенційного покупця всюди: в Інтернеті, під час ознайомлення з пресою чи перегляду телепередач, на роботі і вдома, в магазинах і просто під час прогулянок містом (сильний вплив на покупців здійснює не тільки масовість рекламної інформації, але й те, що ця інформація надходить із різних джерел); прийом нарощування інформативності реклами, який полягає у частковій зміні текстів подальших оголошень і деталізації наданої в них інформації. До прийомів стратегічного характеру можна також віднести проведення презентацій і прийом фірмового стилю, тобто створення усіх тих елементів товарів, реклами, ділової документації та інших атрибутів, які є подібними і дозволяють відразу ідентифікувати фірму.

До підгрупи тактичних прийомів, призначених для привертання уваги споживачів (1б), можна віднести прийоми великої реклами, несподіваності місця реклами, поодиноких оголошень, римування, додавання до реклами переліку солідних партнерів, реклами, що надрукована "догори ногами", вакуумної реклами (привертання уваги пустим місцем або мовчанням), "секретної" реклами (розповсюдження "з уст в уста" по секрету), гри слів (використання каламбурів, цікавих словосполучень), ключових слів (які слід виділяти), використання кольорів.

Велике значення мають розміри букв і характер шрифтів. Психологи встановили, що жінками віку 25-56 років краще сприймаються закруглені літери, тому саме таким шрифтом доцільно рекламувати товари, які частіше купують саме жінки, чоловіки ж більше довіряють класичному плакатному шрифту. Жирний шрифт створює відчуття вагомості, стабільності, надійності. Чорні літери на білому фоні частіше асоціюються з позитивною рекламою, а білі на чорному – з негативною. Зелені і червоні літери краще сприймаються на білому фоні. Небажаними комбінаціями вважаються червоні літери на жовтому і зеленому фоні, а помаранчеві і сині – на білому [15].

Комунікаційне повідомлення має контрастувати з іншими повідомленнями, розташованими поруч. Це стосується як змісту інформації, так і

візуальної форми подачі. Якщо образи чи об'єкти близько розташовані один до одного або мають будь-яку подібність, вони можуть сприйматися як один об'єкт [15]. Тому для кращої помітності повідомлення воно має відрізнитися від інших і за можливості бути віддаленим від них.

Анекдотична реклама надовго залишається у пам'яті потенційного покупця, провокує переказати її зміст знайомим і, таким чином, продовжує діяти на свідомість далеко за межами періоду безпосереднього ознайомлення з нею.

Ефективними є прийом запитання, коли та інформація, яку хоче довести комунікатор, подається спочатку як запитання, потім на нього шукається і нарешті знаходиться відповідь, прийом надзвичайності форми подачі товару, коли звичайний товар супроводжується унікальною формою його продажу або підготовки до продажу, прийом рекламування корисної функції, коли акцент переноситься з властивостей товару на функції, які він виконуватиме в інтересах його власника, прийом драматизації, коли рекламодавець демонструє свій товар на фоні драматичного розвитку подій, що відбуваються внаслідок відсутності цього товару, прийом витонченості, коли підкреслюється, що товар задовольняє не тільки і не стільки якусь рядову буденну потребу, але й сприяє задоволенню більш високих емоційно-інтелектуальних потреб.

Одним із найважливіших у цій підгрупі є прийом "айз-стоппер". "Айз-стоппер" – це те, на чому зупиняється зір. Усвідомлення споживачем рекламного оголошення починається з того, що він, як мінімум, повинен зупинити на цьому оголошенні свій погляд. Встановлено, що найкращими варіантами "айз-стоппер" є зображення жінки, дитини, тварини, а також кольорова пляма (інтенсивний кольоровий фон). Ефективними засобами привертання зору є також динамізація, тобто надання елементам оголошення властивості рухатися, а також використання ліюмінації.

Рациональною є побудова рекламного оголошення за формулою: "зір-увага-зміст". Спочатку рекламне оголошення повинно привернути зір ("айз-стоппер"). Фактично це привертання є несвідомим процесом, бо в більшості випадків у момент переводу погляду на щось привабливе людина не думає, чому вона так зробила. Далі оголошення повинно привернути свідому увагу людини, змусити почати читати. І лише на третій стадії людину повинен реально зацікавити зміст.

Практика показує, що найкраще людина запам'ятовує перші п'ять відсотків тексту, включаючи заголовок, тому один із найважливіших прийомів привертання уваги полягає в ефективному використанні саме цієї частини оголошень. Прийом сталих рекламних гасел передбачає використання завжди одних і тих самих лаконічних словесних зворотів в різних оголошеннях, перетворенні цих зворотів у своєрідну словесну візитну картку фірми (слоган).

З метою збільшення довіри з боку цільової аудиторії використовується персоналізована реклама, яка має два основних варіанти реалізації:

1) рекламу оголошує відома людина (диктор, артист, спортсмен) і 2) реклама вкладається в уста задоволеного клієнта, який нібито вже здійснив покупку і радить зробити це іншим. Для того, щоб створити у потенційних покупців відчуття особистого знайомства, керівники фірм виступають на телебаченні, радіо, дають інтерв'ю в пресі.

Психологічні особливості людини роблять доцільним використання обіцянок. Дослідження показують, що об'яви, в яких є обіцянки, читають і обмірковують вчетверо частіше, ніж ті, в яких обіцянок немає. Багато обіцянок не виконуються, але це не перекреслює бажань потенційних споживачів обирати ті пропозиції, які щось обіцяють, навіть якщо накреслені перспективи викликають сумніви.

Для того, щоб звернути увагу потенційного покупця на комунікаційне звернення, необхідно викликати у нього сильні емоції (прийом емоційності), які, якщо і не спонукатимуть до негайної купівлі, тим не менше залишаться у пам'яті і впливатимуть на подальшу купівельну поведінку. Емоції можуть бути як позитивними (щасливі люди, які вже придбали товар), так і негативними (невдачі, що спіткають внаслідок відсутності товару). Відомо, що яскраві, емоційні, іноді шокуючі (шокова реклама) комунікаційні повідомлення сприяють емоційному відгуку у свідомості потенційного покупця і внаслідок цього краще усвідомлюються ним. Емоційним маяком можуть бути герої реклами, забавні тварини, мультиплікаційні персонажі. Чим зворушливішою є реклама, тим більше вона звертає на себе увагу, тим більше шансів, що вона виявиться результативною.

Звернемо увагу на те, що усі зазначені у підгрупі 1б прийоми виключно спрямовані на привертання уваги, але здебільшого не додають потенційному покупцеві аргументів, чому саме варто придбати відповідний товар чи послугу.

Засобами розміщення і донесення до потенційних споживачів комунікаційних повідомлень (2а) у класичній теорії маркетингу вважаються реклама, стимулювання збуту, особистий продаж, пропаганда, паблік релейшнз. Два останніх напрями іноді розглядаються разом, проте це неправильно, адже пропаганда – це безоплатна форма передачі комерційно важливої інформації (наприклад, стаття про діяльність фірм певного напрямку і пов'язані з нею події, публікація якої здійснена з ініціативи редакції і не проплачувалася як реклама), а паблік релейшнз – це підтримування зв'язків із громадськістю (наприклад, листування, реагування на скарги і пропозиції). Крім цього, до засобів розміщення і донесення інформації відносять інтернет-комунікації, спонсорство, івент-маркетинг, комунікації в місцях продажу, знаки ідентифікації торговельних марок (фірмовий стиль), брендинг, виставки, ярмарки, упакування товарів [9]. До прийомів розповсюдження рекламної інформації можна віднести такий відомий спосіб, як "директ мейл", тобто надсилання реклами безпосередньо в поштову скриньку (як звичайну, так і електронну) потенційного покупця. Досить агресивним способом

рекламування є телефонна реклама. Популярним напрямом комунікативного впливу став у наш час сторітеллінг – передача інформації за допомогою захоплюючих розповідей (історій) з метою впливу на слухача. Історії порівняно зі звичайними рекламними оголошеннями значно сильніше привертають увагу людей, запам'ятовуються і стимулюють до певних дій.

До прийомів, пов'язаних із місцями розміщення комунікаційних повідомлень (2б), можуть бути віднесені усі варіанти інформування через Інтернет (соціальні мережі, інтернет-магазини, пряма розсилка рекламних оголошень), телебачення (зокрема, не тільки численні рекламні повідомлення, але і телемагазини), радіо, пресу, розсилку sms-повідомлень, зовнішню рекламу, рекламу у транспорті, у несподіваних місцях (на тротуарах, вікнах, транспортних білетах). Розміщення рекламної інформації може також відбуватися з використанням прийомів безкоштовних сувенірів, під'єднання реклами до широко розповсюджених предметів, нанесення рекламної інформації на товари тощо.

Престижна або іміджева реклама (3а) спрямована на формування загального позитивного іміджу фірми і не носить конкретного характеру стосовно окремих товарів чи пропозицій. Така реклама часто використовується заздалегідь перед початком широкомасштабного виходу фірми на новий ринок.

Головною функцією інформаційного комунікативного повідомлення (3б) є надання потенційному покупцеві об'єктивної інформації про товар. Це особливо необхідно стосовно нових товарів, нових функцій відомих товарів, способів використання товарів. Покупцеві повідомляється нова для нього інформація, відсутність якої в принципі блокує можливість купівлі. Інформаційний характер мають загальні повідомлення про надійність фірми, її високу репутацію, відомість і популярність торговельної марки тощо. З психологічною метою рекламодавці можуть замість тексту з закликом до співпраці публікувати для своїх партнерів, клієнтів інформаційне повідомлення, з якого сторонньому читачеві (глядачеві) повинна стати зрозумілою вигідність перебування у колі таких партнерів чи клієнтів.

Після інформаційного етапу настає час етапу переконування потенційного покупця у доцільності здійснити купівлю (3в). Таке переконування може бути реалізоване завдяки наданню у комунікаційному повідомленні розширених відомостей про товар, порівнянню його характеристик із характеристиками інших подібних товарів, підключенню у повідомлення емоційних (“Купіть це своїм близьким, покажіть, як сильно Ви їх любите!”), патріотичних (“Купуй українське”), безпекових складових (демонстрація негативних наслідків відсутності товару у споживача), підкресленню того факту, що вже багато споживачів оцінили корисні властивості товару тощо.

Прикладами прийомів переконування є прийом безальтернативної альтернативи, коли покупцеві нібито пропонується альтернатива вибору, при цьому будь-який вибір означатиме досягнення мети

комунікатора: “Ви можете придбати 500-грамову упаковку, або ж нову, більш зручну і вигідну, кілограмову упаковку”, прийом запитання, коли споживачеві адресується питання, яке наштотує його на певну відповідь.

Прийом перехвалювання (краще перехвалити, ніж недохвалити). Досвід ефективних маркетингових комунікацій свідчить, що якщо продукт дійсно якісний, то важко не погодитися з твердженнями про те, що він є досконалим, найкращим у своїй товарній категорії. А отже перехвалювання не буде відвертою неправдою, не провокуватиме звинувачень. Відповідно, зайва скромність у рекламі переважно є недоречною. Продукт має бути представлений як самий-самий найкращий, але, звичайно, з дотриманням обмежень щодо порівняльної реклами, тобто рекламодавця не має права стверджувати, що його товар кращий від конкретного товару конкретного виробника, якщо це не може бути підкріплено об'єктивними параметрами продукції.

Якщо кольоровість комунікаційного повідомлення була згадана серед прийомів привертання уваги (1б), то прийом відповідності кольору характеристикам товару логічніше віднести саме до прийомів переконування. Відомо, що різні кольори мають для більшості людей різне емоційне забарвлення. Наприклад, зелений колір сприймається як колір природи, відповідно, він переважно використовується у рекламі екологічних товарів, фармакологічних препаратів, продукції лікувальної косметики. Чорний колір підкреслює цінність продукції, певною мірою обґрунтовує високу ціну ексклюзивних товарів. Різкість гострих приправ найкраще відобразить червоний колір. Рожевий колір сприймається як колір надії, ніжності, жіночності, тому більше пасує для парфумерної продукції.

Прийом ототожнення полягає у тому, що цільовий покупець має ототожнювати себе з тими особами, які представлені у рекламі, тобто персонажі реклами мають належати до того ж цільового сегмента. Має відбуватися наближення до реалій споживача, до життя звичайних людей. Своєрідний психологічний вплив має підкреслення в комунікаціях того факту, що рекламований товар має безпосередній стосунок до людини, на яку спрямована відповідна комунікація. Персонажами сюжетів стають звичайні люди, мами, дідуся і бабусі, родини з дітьми, вони добре асоціюються у підсвідомості споживачів зі своїм власним життям, сприймаються як щось близьке і рідне і формують відповідне ставлення до об'єктів реклами. Товари для скромних пенсіонерів мають рекламувати такі ж звичайні пенсіонери, для спортсменів – спортсмени, товари елітного класу – заможні й успішні люди.

Прийом асоціації ситуацій передбачає, що сюжет рекламного ролика повинен “втягувати” глядача у ту привабливу ситуацію, яка демонструється у цьому ролику. Наприклад, якщо у сюжеті герої споживають рекламований напій, знаходячись десь на вишуканому морському курорті, то у потенційного покупця має складатися враження, що споживання такого напою переносить його (хоча б подумки) на такий курорт.

Доцільним є зосередження уваги на функціональних властивостях, перевагах товару, а не на його характеристиках. Споживач перш за все хоче на зрозумілій для нього мові знати, що він може очікувати від придбання товару, і переважно не прагне заглиблення в опис і значення конкретних показників, які відображають відповідні властивості.

Корисним є використання думок експертів або знаменитостей. У комунікаційних повідомленнях часто задіюють фахівців певних напрямів (стоматолог, будівельник, кухар) або відомих людей (науковців, спортсменів, зірок шоу-бізнесу). Авторитет цих людей, які придбали і споживають чи користуються відповідним товаром, безумовно у тій чи іншій мірі впливає на потенційних покупців. Крім того, комунікаційне повідомлення може містити інформацію про об'єктивне оцінювання експертами певних товарних властивостей.

Звернемо увагу на те, що попри значну подібність прийомів переконування (Зв) і прийомів, пов'язаних із використанням різних видів мотивації споживачів (4), їх не варто ототожнювати. Наприклад, згадані вище прийоми перехвалювання або безальтернативної альтернативи ототожнення, асоціації ситуацій, використання думок експертів, відповідності кольору характеристикам товару можуть переконувати споживача, але безпосередньо не пов'язані з конкретними споживачькими цінностями і мотивами їх набуття.

Упродовж етапу переконування спеціалісти часто виділяють етап навіювання (Зг) [10]. Різниця між ними у тому, що якщо переконування звернено до розуму і логіки, то навіювання не передбачає критичного сприйняття інформації, воно ґрунтується на довірливості, наївності людини. Варто зазначити, що значимість цього етапу зменшується стосовно більш компетентних споживачів, які мають вищий рівень знань, кращий життєвий досвід.

Наступний етап – це спонування (Зд) потенційного покупця на негайну реакцію на комунікаційне повідомлення. Найбільш виразно спонування присутнє у прийомах, пов'язаних із створенням дефіциту часу, поспіху.

Прийом “вже-вже” спрямований на зменшення часу для обмірковування доцільності купівлі – підкреслюється обмеженість або кількості пропонованого, або терміну дії відповідної пропозиції. “Кількість пропозиції обмежена!”, “До завершення залишків”, “Тільки сьогодні”, “Встигніть!”, “Тільки першим 50 додзвонювачам”, “Перші десять покупців отримають товар безкоштовно” – подібні гасла створюють психологічний тиск і провокують потенційного покупця до швидшого і не завжди продуманого придбання. Зрозуміло, що найбажанішою кінцевою реакцією є придбання товару або отримання послуги, але спонування присутнє і під час поступового наближення до купівлі: “Телефонуйте просто зараз”, “Вкажіть номер вашого телефону, ми вам задзвонимо”.

Однак чітко відділити прийоми, що сприяють саме навіюванню чи спонуванню, на наш погляд проблематично (наприклад, важко сказати, до

переконування чи навіювання доцільно відносити, наприклад, прийом асоціації ситуацій, а цінова знижка одночасно і спонукає, і переконує, і мотивує економічною вигідністю купівлі), тому автори не заглиблюються в окреслення цих груп прийомів.

Останній етап у низці прийомів поступового наближення потенційного покупця до здійснення купівлі – це етап нагадування (Зе). Покупець вже поінформований, переконаний, але купівля відкладена на певний час і цей період відкладеності може тривати довго, тому необхідно постійно нагадувати, як кажуть “капати на мозок”. На цьому етапі буде потрібний прийом повторення реклами, який впливає на підсвідомість людини, вона поступово зникає до думки, що відповідний товар таки прийде до придбати.

Розглянемо докладніше прийоми, пов'язані зі споживачькими цінностями і з різними варіантами мотивації, які створюються комунікатором для впливу на цільові аудиторії.

В окремих джерелах під час класифікації позитивних мотивацій, які можуть спонукати людину до здійснення купівлі, виділяють сенсорне задоволення (туристичні поїздки, дизайн, м'якість білизни), інтелектуальне або професійне стимулювання (нова науково-популярна книга, набір якісних інструментів, вишуканий офіс), соціальне схвалення (престижний автомобіль, предмети розкоші, екологічно безпечне упакування) [11]. На наш погляд, перелік таких цінностей і мотивів можна суттєво розширити, адже ними можуть також бути і зручність експлуатації (мікрохвильова піч), і економічна вигода (різні варіанти знижок, продовжений гарантійний термін експлуатації), і міркування патріотизму (вітчизняні товари або товари місцевих виробників, відповідні кольори) тощо. Можливі і численні мікси різних мотивацій: енергоощадне освітлення (економічна вигода + соціальне схвалення + патріотичність), зручні меблі (зручність експлуатації + сенсорне задоволення). Тому комунікаційні повідомлення мають максимально враховувати усі можливі варіанти мотиваційних чинників, які можуть спонукати потенційного покупця до здійснення купівлі.

Історики свідчать, що реклама середньовіччя переважно була зацентрована на дешевизні, довговічності і новизні товарів, тобто ці мотиваційні чинники можна вважати класичними [15]. Спробуємо виділити найважливіші цінності, відповідні мотиваційні чинники для сучасних споживачів і пов'язані з ними маркетингові прийоми.

Здоров'я і привабливість споживача. Рекламні сюжети часто провокують споживачів до висновку про те, що з ними щось не так: не ідеальні зовнішність, здоров'я, зовнішній вигляд, стосунки з людьми, психологічний стан і т.п. Один із алгоритмів реклами полягає у тому, щоб підкреслити (а іноді придумати) існуючі проблеми, потім надихнути на їх вирішення і на завершення – запропонувати відповідний товар чи послугу.

Наближення до ідеалу (компенсація недоліків). Одним із комунікативних психологічних прийомів є використання підсвідомого прагнення

людей до певного ідеалу. Недосяжність ідеалу зумовлює нескінченність варіантів і спроб наближення до нього. Відповідно, товари наділяються властивостями, які зроблять вас “тонким цінителем”, “бажаним чоловіком”, “найкрасивішою”, “справжньою богинею”. Як мінімум, пропонований товар дозволить зменшити наявні недоліки, компенсувати їх успіхами, досягненнями.

Вплив на позитивні наслідки для суспільства. Згадування про екологічну відповідальність певного бізнесу, турботу про якість життя, про майбутні покоління завжди привертає увагу більшості споживачів і у певній мірі впливає на їх попит. Зокрема, відповідним асоціаціям сприяють приставки “біо”, “натур”, “еко”, а також зелені кольори упакування, реклами, різноманітних оголошень і вивісок. Турбота виробника про здоров’я і якість життя покупця має бути позитивно оцінена останнім.

Апеляція до патріотизму. Цей прийом нагадує потенційному покупцю про батьківщину, пробуджує гордість за свою країну: “Вирощено на рідній землі!”, “Купуй українське!”, “Підтримай вітчизняного виробника!”.

Матеріальний добробут, вигода для споживача. Акційні пропозиції, з одного боку, є елементом маркетингової цінової політики, але, з іншого боку, безпосередньо стосуються політики комунікацій, оскільки інформація про всі варіанти цінових знижок є одним із найважливіших повідомлень для потенційного покупця. Розпродажі, подарунки, бонуси, схеми на зразок “2+1”, спеціальні пропозиції, безкоштовні аксесуари до придбаного основного товару, психологічні ціни (9,99, 998), перекреслені “звичайні” ціни, поряд із якими відображена актуальна “знижена” ціна, обіцянки про повернення різниці, якщо покупець знайде дешевшу пропозицію – все це провокує покупця порівнювати ціни і стимулює його до висновку про економічну вигоду придбання саме тут і зараз.

Ексклюзивність – розповсюдженість. Серед аргументів у комунікації з потенційними покупцями використовується ефект альтернатив “ексклюзивність – розповсюдженість (приєднання до більшості)”. Тобто підкреслюється або суперрідкість чи індивідуальність певної речі, або той факт, що величезна кількість споживачів вже оцінили її якості, регулярно споживають і позитивно відгукуються про неї.

Використання сексуальних інстинктів. Привертають увагу людей комунікативні фрагменти, які містять у собі елементи найсильнішого з людських інстинктів – сексуального. Реклама одягу, нижньої білизни, засобів догляду за тілом, косметики, спортивних товарів супроводжується їхньою демонстрацією напівроздягненими красивими дівчатами та юнаками, що досить часто виходить за межі раціональних повідомлень виключно про властивості і призначення рекламованих товарів. Проте інтимний підтекст використовується в комунікаціях і у прихованому вигляді. Так, вживання термінів “спокуслива білизна”, “пристрасний дизайн”,

“привабливий одяг”, “райська насолода” здійснюють вплив на підсвідомому рівні.

Апелювання до володіння прогресивними товарами. Досягнення науково-технічного прогресу призводять до постійного вдосконалення товарів, підвищення якості, поліпшення їх характеристик і відповідного морального старіння аналогічних товарів, які знаходяться в експлуатації у населення. Тому у комунікаційних повідомленнях усе частіше підкреслюється важливість крокувати у ногу з часом, використовувати досконаліші товари, нові функції і властивості, не відставати від досягнень науки і техніки, не бути старомодним.

Підкреслення новизни або свіжості пропозиції. Новизна не є абсолютним синонімом прогресивності, тому цей аргумент не тотальний попередньому. Запровадження додаткової послуги, новий кондитерський виріб чи гігієнічний засіб не пов’язані з науково-технічним прогресом і світовою новизною, проте можуть зацікавити споживача. Щодо продовольчих товарів мотивуючим чинником здебільшого є інформація про їхню свіжість і віддаленість від теперішнього часу рекомендованого терміну кінцевого споживання.

Апелювання до турботи про близьких, материнського інстинкту. Покупець товару не завжди є його споживачем. Тому у випадках, коли товар купується однією особою для іншої, зокрема як подарунок, потужний комунікативний вплив мають гасла, фотографії, відеоролики, які демонструють задоволеність майбутнього споживача від відповідного придбання. Щасливі і здорові діти, які отримали прекрасну іграшку або споживають вітаміни (слоган “Дитині добре – мати щаслива!”), веселі цуценята, що дуже люблять спеціальний корм, радісна наречена, яка розглядає каблучку – це приклади впливу не на споживачів, а саме на покупців відповідних товарів.

Міркування безпеки. Відомо, що прагнення до безпечності є одним із головних мотиваторів поведінки людини. Тому дуже важливими є аргументи, пов’язані з тим, що: а) використання товару чи послуги впливатиме на безпеку споживача і його близьких (охоронні системи), б) відмова від відповідного придбання може призвести до негативних наслідків (погіршення фізичного стану за відсутності тренажера), в) сама процедура придбання є безпечною (спосіб оплати, доставка).

Ще раз підкреслимо, що окремі зі згаданих у статті прийомів можуть одночасно потрапляти у кілька з розглянутих класифікаційних груп. Наприклад, комунікаційні повідомлення на календариках одночасно стосуються і активізації привертання уваги споживача (1б), і місць розміщення реклами (2б), і постійного нагадування (3е). Практично всі прийоми групи 4 (пов’язані зі споживачькими цінностями і з мотивацією потенційних покупців щодо отримання цих цінностей) одночасно є прийомами переконування (3в), хоча не всі прийоми переконування стосуються споживачьких цінностей (наприклад, прийоми, пов’язані з емоційною складовою процесу переконування).

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Застосування у практичній діяльності якомога ширшого спектра прийомів маркетингових комунікацій сприятиме підвищенню ефективності цих комунікацій, збільшенню товарообороту торговельних організацій. Водночас покупці матимуть більше інформації про товари та умови їх продажу, краще розумітимуть властивості, способи використання і переваги одних товарів над іншими, що може сприяти здійсненню більш продуманих купівель.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на виявлення додаткових прийомів маркетингових комунікацій, удосконалення їх класифікації і пошук найбільш ефективних способів прив'язки конкретних проблемних ситуацій у практичній діяльності до сукупностей відповідних цим ситуаціям і рекомендованих до застосування комунікаційних прийомів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Березюк В. О. Методологічні аспекти оцінювання ефективності інтегрованих маркетингових комунікацій в інтернет-середовищі. *Маркетингова освіта в Україні* : збірник матеріалів V Міжнарод. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Київ, 7-8 жовтня 2021 р. Київ : КНЕУ, 2021. С. 159-162. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/36667/21-5695.pdf?sequence=1>.
2. Білик В. В., Сергієнко О. А., Крупенна І. А. Інструменти цифрового маркетингу в умовах трансформації комунікацій сучасної організації. *Науковий вісник Чернівецького університету*. 2020. Випуск 825. Економіка. С. 33-40.
3. Галюк Я. Д., Ковальчук С. В., Сторчеусов В. В. Сучасні напрями формування ефективного комплексу маркетингових комунікацій підприємства. *Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України* : тези доповідей XV міжнародної науково-практичної конференції. Хмельницький : ХНУ, 2020. С. 174-175.
4. Касян С., Юферова Д. Маркетингові комунікаційні стратегії в системі діджитал партнерської взаємодії підприємств. *Маркетинг і логістика в системі менеджменту* : тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 22 жовтня 2020 р. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. С. 62-64.
5. Кітченко О. М., Ронзік Є. С. Застосування інструментів маркетингових комунікацій в залежності від стадії ЖЦТ. *Marketing of innovations. Innovations in marketing* : materials of the International Scientific Internet Conference (December, 2022). Bielsko-Biala : WSEH, 2022. С. 65-68.
6. Луценко К. О., Луценко В. Ю. Актуальні тенденції розвитку комунікацій в системі маркетингу. *Вчені записки Університету "КРОК"*. 2018. № 3 (51). С. 151-156.
7. Мельник Ю. М., Сагер Л. Ю., Ілляшенко Н. С. та ін. Класифікація основних форм та видів маркетингових інтернет-комунікацій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 4. С. 43-55.
8. Пилипчук В. П. Управління маркетинговими комунікаціями підприємства в інтернет-мережах. Інструменти та методи комерціалізації інноваційної продукції : монографія. Суми : Триторія, 2018. С. 221-233.
9. Попова Н. В., Катаєв А. В., Базалієва Л. В. та ін. Маркетингові комунікації : підручник. Харків : Факт, 2020. 315 с.
10. Прийоми психологічного впливу на споживача. URL: <https://mgn.com.ua/uk/priemy-psyhologicheskogo-vozdjstviya-na-potrebitelya/>.
11. Прийоми реклами для високозалученої трансформативної цільової аудиторії. URL: <https://library.if.ua/book/126/8337.html>.
12. Просвірина А. Прийоми маніпулювання споживачем через маркетингові комунікації. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/priemy-manipulirovaniya-potrebitelem-cherez-marketingovye-kommunikacii.html>.
13. Психологічні прийоми реклами – що потрібно знати покупцеві. URL: <https://tutkatamka.com.ua/nathennyya/psihologiya/psihologichni-prijomi-reklami-shho-potribno-znati-pokupcevi/>.
14. Реклама використовує ці 11 хитрощів, щоб ми хотіли купувати все більше і більше. URL: <https://social.org.ua/3130-reklama-vikoristovuie-tsi-11-khitroschiv-shchob-mi-khotili-kupuvati-vse-bilshe-i-bilshe.html>.
15. Реклама та її психологічні прийоми. URL: <https://samoosvita.in.ua/reklama-ta-yiyi-psyhologichni-pryjomy/>.
16. Рекламні прийоми, 6 варіантів як не потрапити в пастку. URL: <https://marketer.ua/ua/advertising-techniques-6-options-for-how-to-get-trapped/>.
17. Рижко І. В., Хлопук Т. Ю., Рожило М. А. Зовнішня реклама: види та прийоми, що забезпечують її ефективність. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*. 2012. № 1. С. 39-42.
18. Романенко Л. Ф., Романенко О. О. Особливості комунікаційних стратегій в умовах цифрового маркетингу. Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства : монографія. Київ : КНЕУ, 2019. С. 239-247.
19. Романенко О. О. Методичні підходи до розробки маркетингових комунікаційних стратегій в мережі Інтернет. *Економіка. Фінанси. Право*. 2016. № 11(5). С. 21-26.
20. Скригун Н. П., Розумей С. Б., Молін Н. О. Онлайн та офлайн інструменти в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Том 6. № 2. С. 49-61.
21. Цурська Б. Г., Бухта С. В. Новітні інструменти маркетингової комунікаційної політики. *Міжнародний науковий журнал "Інтернаука"*. Серія "Економічні науки". 2020. № 10 (42). Т. 1. С. 149-156.
22. Шульга О. А. Сучасні інструменти маркетингової комунікаційної політики. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 68. С. 170-174.

23. Яненко Я. В. Рекламні комунікації як чинник соціалізації у сучасному українському суспільстві : дис. докт. наук із соціальних комунікацій. К. : Київський нац. ун-т імені Тараса Шевченка, 2021. 399 с.

24. Яненко Я. В. Сучасні рекламні комунікації як чинник соціалізації : монографія. Суми : СумДУ, 2018. 300 с.

25. 5 прийомів реклами, які змушують нас купувати. URL: <https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/style/5-priemov-reklamy-kotorye-zastavlyayut-nas-pokupat-694222.html>.

26. Iliashenko S. M. Marketing communication policy in the management system of innovative development of enterprises. *Marketing of innovations. Innovations in marketing* : materials of the International Scientific Internet Conference. Bielsko-Biala : WSEH, 2021. P. 89-91.

REFERENCES

1. Bereziuk, V. O. (2021), Metodolohichni aspekty otsiniuvannya efektyvnosti intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii v internet-seredovyshchi, *Marketynhova osvita v Ukraini* : zbirnyk materialiv V Mizhnar. nauk.-prakt. Internet-konf., KNEU, Kyiv, pp. 159-162, available at: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/36667/21-5695.pdf?sequence=1>.

2. Bilyk, V. V., Serhiienko, O. A. and Krupenna, I. A. (2020), Instrumenty tsyvrovoho marketynhu v umovakh transformatsii komunikatsii suchasnoi orhanizatsii, *Naukovyi visnyk Chernivetskoho universytetu*, vol. 825, Ekonomika, pp. 33-40.

3. Haliuk, Ya. D., Kovalchuk, S. V. and Storcheusov, V. V. (2020), Suchasni napriamy formuvannya efektyvnoho kompleksu marketynhovykh komunikatsii pidpriemstva, *Marketynhovi tekhnologii v umovakh hlobalizatsii ekonomiky Ukrainy* : tezy dopovidei XV mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, KhNU, Khmelnytskyi, pp. 174-175.

4. Kasian, S. and Yuferova, D. (2020), Marketynhovi komunikatsiini stratehii v systemi didzhital partnerskoi vzaiemodii pidpriemstv, *Marketynh i lohystyka v systemi menedzhmentu* : tezy dopovidei XIII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, Lviv, pp. 62-64.

5. Kitchenko, O. M. and Ronzik, Ye. S. (2022), Zastosuvannya instrumentiv marketynhovykh komunikatsii v zalezhnosti vid stadii ZhTsT, *Marketing of innovations. Innovations in marketing* : materials of the International Scientific Internet Conference, WSEH, Bielsko-Biala, pp. 65-68.

6. Lutsenko, K. O. and Lutsenko, V. Yu. (2018), Aktualni tendentsii rozvytku komunikatsii v systemi marketynhu, *Vcheni zapysky Universytetu "KROK"*, vol. 3 (51), pp. 151-156.

7. Mel'nyk, Yu. M., Saher, L. Yu., Iliashenko, N. S. ta in. (2016), Klasyfikatsiia osnovnykh form ta vydiv marketynhovykh internet-komunikatsij, *Marketynh i menedzhment innovatsij*, vol. 4, pp. 43-55.

8. Pylypchuk, V. P. (2018), Upravlinnia marketynhovymu komunikatsiinyu pidpriemstva v internet-merezhakh, *Instrumenty ta metody komertsializatsii innovatsijnoi produktsii* : monohrafiia, Trytoriia, Sumy, pp. 221-233.

9. Popova, N. V., Kataiev, A. V., Bazaliieva, L. V. ta in. (2020), *Marketynhovi komunikatsii* : pidruchnyk, Fakt, Kharkiv, 315 p.

10. Priiomy psikhologichnoho vplyvu na spozhyvacha (2023), available at: <https://mgn.com.ua/uk/priemy-psihologicheskogo-vozdjestviya-na-potrebitelya/>.

11. Priiomy reklamy dlia vysokozaluchenoj transformativnoi tsilovoi audytorii (2023), available at: <https://library.if.ua/book/126/8337.html>.

12. Prosvyryna, A. (2023), Priiomy manipuliuvannya spozhyvachem cherez marketynhovi komunikatsii, available at: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/priemy-manipulirovaniya-potrebitelem-cherez-marketingovy-kommunikatsii.html>.

13. Psikhologichni priiomy reklamy – shcho potribno znaty pokuptsevi (2023), available at: <https://tutkatamka.com.ua/nathnennya/psihologiya/psixologichni-prijomi-reklami-shho-potribno-znati-pokuptsevi/>.

14. Reklama vykorystovuie tsi 11 khytroshchiv, shchob my khotily kupuvaty vse bilshe i bilshe (2023), available at: <https://social.org.ua/3130-reklama-vikorystovuie-tsi-11-khitroshchiv-shchob-mi-khotily-kupuvaty-vse-bilshe-i-bilshe.html>.

15. Reklama ta yii psikhologichni priiomy (2023), available at: <https://samoosvita.in.ua/reklama-ta-yiyi-psihologichni-prijomy/>.

16. Reklamni priiomy, 6 variantiv yak ne potrapyty v pastku (2023), available at: <https://marketer.ua/ua/advertising-techniques-6-options-for-how-to-get-trapped/>.

17. Ryzhko, I. V., Khlopuk, T. Yu. and Rozhylo, M. A. (2012), Zovnishnia reklama: vydy ta priiomy, shcho zabezpechiut yii efektyvnist, *Masova komunikatsiia: istoriia, sohodennia, perspektyvy*, vol. 1, pp. 39-42.

18. Romanenko, L. F. and Romanenko, O. O. (2019), Osoblyvosti komunikatsijnykh stratehij v umovakh tsyvrovoho marketynhu, *Rozvytok marketynhu v umovakh informatyzatsii suspil'stva* : monohrafiia, KNEU, Kyiv, pp. 239-247.

19. Romanenko, O. O. (2016), Metodichni pidkhody do rozrobky marketynhovykh komunikatsijnykh stratehij v merezhi Internet, *Ekonomika. Finansy. Pravo*, vol. 11(5), pp. 21-26.

20. Skryhun, N. P., Rozumei, S. B. and Molin, N. O. (2022), Onlain ta oflain instrumenty v systemi intehrovanykh marketynhovykh komunikatsii, *Marketynh i tsyvrovi tekhnologii*, vol. 6, no. 2, pp. 49-61.

21. Tsurska, B. H. and Bukhta, S. V. (2020), Novitni instrumenty marketynhovo komunikatsiinoi polityky, *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal "Internauka"*, seriia "Ekonomichni nauky", no. 10 (42), vol. 1, pp. 149-156.

22. Shulha, O. A. (2022), Suchasni instrumenty marketynhovoï komunikatsiinoï polityky, *Infrastruktura rynku*, vol. 68, pp. 170-174.

23. Yanenko, Ya. V. (2021), Reklamni komunikatsii yak chynnyk sotsializatsii u suchasnomu ukrainskomu suspilstvi : dys. dokt. nauk iz sotsialnykh komunikatsii, Kyivskyi nats. un-t imeni Tarasa Shevchenka, Kyiv, 399 p.

24. Yanenko, Ya. V. (2018), Suchasni reklamni komunikatsii yak chynnyk sotsializatsii : monohrafiia, SumDU, Sumy, 300 p.

25. 5 pryiomiv reklamy, yaki zmushuiut nas kupuvaty (2023), available at: [https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/style/5-](https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/style/5-priemov-reklamy-kotorye-zastavlyayut-nas-pokupat-694222.html)

[priemov-reklamy-kotorye-zastavlyayut-nas-pokupat-694222.html](https://lifestyle.segodnya.ua/ua/lifestyle/style/5-priemov-reklamy-kotorye-zastavlyayut-nas-pokupat-694222.html).

26. Illiashenko, S. M. (2021), Marketing communication policy in the management system of innovative development of enterprises, *Marketing of innovations. Innovations in marketing* : materials of the International Scientific Internet Conference, WSEH, Bielsko-Biala, pp. 89-91.

Стаття надійшла до редакції 18 червня 2023 року

УДК 330.34(36): 338.2

Чижевська М. Б.,

marfin.poltava@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1637-9564,

к.е.н., доц., завідувач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, Національний університет “Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка”, м. Полтава

Кудінов О. М.,

kudinov.alexandr17@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3196-2520,

аспірант кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, Національний університет “Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка”, м. Полтава

ЕКОНОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Анотація. У науковій статті розглянуті передумови виникнення світового стратегічного планування розвитку регіонів та формування цілей сталого розвитку в Європі та Україні. Проаналізовано результати реалізації першого етапу стратегії сталого розвитку “Україна–2020”. Визначено позитивні зміни фінансово-економічних показників у процесі великих реформ країни та зазначено фактори невдалої реалізації досягнення цілей сталого розвитку. Виокремлено цілі сталого розвитку, що мають статус вірогідного виконання, позитивної динаміки та ті, які майже не досяжні. За даними моніторингового звіту 2020 року визначено, що з поточною моделлю управління 4 із 17 поставлених цілей можна досягти. На основі статистичних даних досліджено та проаналізовано результати виконання місцевих бюджетів. Визначено, що з початку великих реформ в Україні з 2015 року частка місцевих бюджетів зросла з показників 22-25% до 30-45% в середньому, а рівень дотацій скоротився на 11%. Результати аналізу показників видатків зведеного бюджету дозволяють стверджувати про зростання фінансування освіти за рахунок місцевого бюджету, а у сфері охорони здоров'я навпаки активніше фінансування з державного бюджету. За допомогою економетричної моделі обґрунтовано фактори впливу на утворення загальнонаціональних місцевих бюджетів. Для дослідження взято найбільші статті надходжень, а саме: податкові та неподаткові надходження та статті витрат – освіта, охорона здоров'я, державне управління. Факторами слугували показники завдань із 17 цілей сталого розвитку. Визначено, які фактори мають найвищий показник кореляції, та взаємозалежні фактори. Аргументовано, що найвпливовішим фактором майже в усіх зазначених статтях надходжень і видатків місцевого бюджету є рівень номінальної заробітної плати, отже рівень життя населення відіграє вагомий роль у розвитку регіонів та країни в цілому. Незважаючи на те, що після реформ в Україні відбулися певні позитивні зміни, не всі цілі сталого розвитку на сьогодні можливо досягти. Саме тому потребує вдосконалення модель стратегічного планування, що враховує ризики внутрішніх та зовнішніх загроз сьогодення.

Ключові слова: цілі сталого розвитку, стратегічне планування, регіональний розвиток, місцевий бюджет, децентралізація.

Chyzhevska M. B.,

marfin.poltava@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-1637-9564,

Researcher ID: ADG-4485-2022,

Ph.D., Associate Professor, Head of Department of Economics, Entrepreneurship and Marketing, National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic", Poltava

Kudinov O. M.,

kudinov.alexandr17@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3196-2520,

Postgraduate, Department of Economics, Entrepreneurship and Marketing, National University "Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic", Poltava

ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE NATIONAL ECONOMY IN THE CONDITIONS OF STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF UKRAINE

Abstract. *The scientific article examines the prerequisites for the emergence of global strategic planning for the development of regions and the formation of sustainable development goals in Europe and Ukraine. The results of the implementation of the first stage of the sustainable development strategy "Ukraine-2020" were analyzed. Positive changes in financial and economic indicators in the process of the country's major reforms are identified, and the factors of unsuccessful implementation of achieving the goals of sustainable development are indicated. Sustainable development goals that have the status of probable implementation, positive dynamics and those that are almost unattainable are singled out. According to the monitoring report of 2020, it was determined that with the current management model, 4 out of 17 set goals can be achieved. On the basis of statistical data, the results of the implementation of local budgets were investigated and analyzed. It was determined that since the beginning of major reforms in Ukraine in 2015, the share of local budgets increased from 22-25% to 30-45% on average, and the level of subsidies decreased by 11%. The results of the analysis of indicators of consolidated budget expenditures allow us to assert the growth of education financing at the expense of the local budget, while in the field of health care, on the contrary, funding from the state budget is more active. With the help of an econometric model, the influencing factors on the formation of national local budgets are substantiated. The largest revenue items, namely tax and non-tax revenues and expenditure items – education, health care, public administration, were taken for the study. Indicators of tasks from 17 sustainable development goals served as factors. It is argued that the level of the nominal salary is the most influential factor in almost all of the mentioned items of income and expenditure of the local budget, therefore the standard of living of the population plays an important role in the development of the regions and the country as a whole. Despite the fact that some positive changes have taken place in Ukraine after the reforms, not all goals of sustainable development can be achieved today. That is why the strategic planning model that takes into account the risks of today's internal and external threats needs to be improved.*

Keywords: sustainable development goals, strategic planning, regional development, local budget, decentralization.

JEL Classification: C82, F02, H7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-05>

Постановка проблеми. Світова глобалізація XXI століття набула нового рівня розвитку взаємовідносин та соціально-економічної політики. Все більше спостерігається прагнення країн світу стати частиною союзу держав, що матимуть спільні цінності, єдине згруповане бачення розвитку економік союзних країн. У свою чергу, союз держав є гарантією безпеки, є вельми актуальним на сьогоднішній день. Важливим завданням світової глобалізації наразі є створення єдиної адекватної моделі управління, що задовольнятиме світ загалом і всі країни – члени союзу зокрема. Глобалізаційним моментам піддається як політична сфера, так і економічна діяльність і постає завдання створення єдиної економічної системи, що розвиватиме країни союзу. Відповідно до зазначеного вище Європейський Союз обрав для себе модель розвитку регіональної економіки, як інструменту подальшого розвитку держави і союзу в цілому. Головна політична думка: розвиток кожного регіону з урахуванням вподобань населення, географічних і ресурсних можливостей та інших регіональних чинників має створити власну певну фінансову незалежність регіонів та забезпечити сталий розвиток країни.

Зокрема, у вересні 2015 року в межах 70-ї сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй (ООН) у Нью-Йорку відбулося засідання Саміту ООН щодо питання стратегічного планування. На засіданні Саміту було розглянуто питання сталого світового розвитку до 2030 року, у результаті чого визначено 17 цілей та 169 завдань.

Фундаментом моделі сталого розвитку стали три складові: економіка; довкілля; соціум. Аксіомою даної моделі є те, що одна система не може розвиватися без іншої. Наприклад, якщо розвивати тільки економіку, незважаючи на екосистему, то може бути екологічна катастрофа, що поставить під сумнів саме існування людини. І навпаки, рівний розвиток економіки, але незважаючи на соціум, може призвести до бідності і безробіття великої частки населення, що в результаті викличе демографічну та економічну кризу.

Європейський Союз та деякі країни-члени союзу розробили власну модель розвитку. Україна, у свою чергу, в умовах активної Євроінтеграції, прийняла рішення також впровадити модель сталого розвитку "Україна-2020" в рік ухвалення рішення Саміту ООН, саме тому країну чекала низка реформ багатьох сфер діяльності. Стара централізована система управління, що діяла в Україні до реформ, втратила свою актуальність і її необхідно було модернізувати. Саме тому 1 квітня 2014 року був прийнятий Закон України "Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні", який включав у себе концепцію децентралізації [1]. Відповідно, активна реформаторська політика в Україні, що почалася з 2015 року, мала б збільшити місцеві бюджети, створити незалежні територіальні одиниці. Однак після першого етапу реалізації стратегій стає очевидним, що її реалізація була недосконалою і, за ствердженням багатьох фахівців, навіть невдалою.



Рис. 1. Світова модель сталого розвитку



Рис. 2. “Цілі сталого розвитку: Україна–2020” у розрізі можливості досягнення (Результати моніторингового звіту)

Про це свідчить відсутність фінансової самостійності регіонів, що відображається рівнем дотацій, який, за даними Міністерства фінансів України, суттєво не знизився [3]. Другим аспектом провалу першого етапу реформи є вагома різниця між максимальним та мінімальним показником валового регіонального продукту (ВРП), що відображає нерівномірний розвиток регіонів. І основним підтвердженням недосконалому проведенню першого етапу стратегії сталого розвитку є документ моніторингового звіту Державної служби статистики України за 2020 рік [2], в якому зазначається про ймовірну досяжність тільки 4 із 17 поставлених цілей.

Наразі є доцільним дослідження факторів впливу на національну економіку у розрізі виконання завдань сталого розвитку. Перш за все потрібно

звернути увагу на процес формування бюджетів, що дозволить охарактеризувати зміни, які відбулися під час реформи, і знайти головні джерела бюджетоутворення в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стратегій сталого розвитку як основу майбутнього якісного життя суспільства було розглянуто іноземними вченими Hoffmann, M., Bianchet, R. [4]. Аналіз соціально-економічних показників в умовах сталого розвитку досліджено іноземними науковцями Çağlar M., Gurler C., Devenci M., Brito-Parada P. R., Pamucar D. [5-6]. Питання наслідків реалізації цілей сталого розвитку містяться в працях Bansal S., Singh S., Stefanescu C. A., Nangia P., Del-Aguila-Arcenales S., Alvarez-Risco A. та інших іноземних науковців [7-9].

У наукових статтях іноземних вчених Lacka I. та Brzezicki L. досліджено розвиток європейських країн в умовах глобального стратегічного планування [10]. Зарубіжний досвід розвитку Польщі та Португалії в умовах реалізації цілей сталого розвитку розглянуто науковцями Kasztelan A., Firoiu, D., Ionescu, G. Nf тощо [11-12].

Вітчизняні вчені Кононенко В., Тарахонич Т., Тимченко Л., Тюріна А., Омельченко А., Обуход Х. присвятили праці сталому розвитку та економічному зростанню показників аграрного сектору [13-14]. Аналізуючи останні наукові дослідження та публікації іноземних науковців, можна дійти висновку, що дана тематика на сьогоднішній день не втратила своєї актуальності і достатньо велика кількість науковців світу розглядає питання сталого розвитку як фундамент глобальної системи співіснування.

Постановка завдання. Аналіз реалізації цілей сталого розвитку в Україні потребує детального дослідження і є цілком актуальним. Дослідження полягає у визначенні найвпливовіших факторів на надходження та видатки місцевих бюджетів та рівень їх залежності. Провести це доцільно у розрізі окремих складових бюджетоутворення відповідно до бюджетної класифікації. Серед надходжень місцевого бюджету першочергово аналізуються статті доходів з найбільшою питомою вагою, а саме: податкові та неподаткові надходження. Серед видатків для економетричного аналізу необхідно розглянути найвагоміші соціальні сфери, а саме: державне управління, освіта, охорона здоров'я.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобальний соціально-економічний розвиток країн світу проявив найбільшу активність після затвердження документа сталого розвитку Генеральної Асамблеї ООН у 2015 р. Україна як кандидат на членство до Європейського Союзу, а також активний міжнародний партнер підтримала міжнародну ідею і на сьогоднішній день рухається у напрямку сталого розвитку, незважаючи на внутрішні загрози та виклики. Основним орієнтиром реформи є регіональний розвиток країни, враховуючи потреби суспільства та ресурсні можливості регіонів. У результаті країна має отримати успішні регіональні об'єднання, котрі будуть самозабезпечені і розвиватимуть країну в цілому. Причому непрямыми показниками ефективності реформи в даному випадку слугуватиме зменшення дотацій, збільшення частки місцевих бюджетів, скорочення різниці максимального та мінімального рівня валового регіонального продукту між територіальними об'єднаннями.

За останніх 5 років частка місцевих бюджетів до загального бюджету тримається на рівні 30-47%, до початку реформи вона варіювалася на рівні 22-24% [15-16]. Це свідчить про очевидні зміни в формуванні бюджету як наслідок реформи бюджетної децентралізації. Статистика офіційного державного Web-порталу Open budget [15] стверджує: сума дотацій скоротилася у 2021-2022 році в порівнянні з 2018 роком, що говорить про зменшення відсотка невиконання місцевих бюджетів.

Позитивні фінансові зрушення в бюджетоутворенні не є аргументом для того, щоб вважати, що реформа стратегічного планування здійснилася успішно. Про це стверджують статистична інформація та моніторингові звіти. Очевидно, що не всі поставлені завдання виконані й існує вірогідність, що до закінчення другого етапу реформи у 2030 році більша частина цілей не буде досягнута. Звісно, якщо використовувати дану модель управління. Саме тому необхідно дослідити всі фактори, аспекти, ризики та загрози, що провокують недосяжність поставлених цілей, та вже зараз коригувати модель сталого розвитку, враховуючи успішний зарубіжний досвід та внутрішні особливості країни.

На сьогоднішній день, на нашу думку, важливо використовувати індукційний підхід при аналізі децентралізованої економіки. Фінансові результати регіонів у більшій мірі визначаються показниками бюджетних доходів та видатків. Вважаємо за потрібне визначити головні фактори впливу на бюджетоутворення, що дозволить у подальшому коригувати модель, аналізувати результати реалізації реформ.

Таким чином, нами визначено фактори впливу на формування надходжень "Податкові надходження", "Неподаткові надходження" та видатків "Державне управління", "Освіта", "Охорона здоров'я". За основу були взяті чинники виконання 17 цілей стратегії сталого розвитку (рис. 3).

Інші чинники цілей сталого розвитку були виключені з моделі, оскільки мали невисокий рівень коефіцієнтів кореляції, а отже несуттєвий вплив на формування визначених доходів та видатків місцевого бюджету.

За кореляційним аналізом найвагомішим фактором впливу на податкові надходження місцевих бюджетів України, частка яких складає в середньому 60-70% загальних надходжень, є середньомісячна номінальна заробітна плата. Даний фактор є логічним, оскільки 60% доходів, податків на доходи фізичних осіб та 100% єдиного податку формують бюджет територіальних громад, а отже чим більшим є показник середньомісячної номінальної плати, тим більшими є податкові надходження. Фактором з високою від'ємною кореляцією є чисельність населення з середньодушовими еквівалентними загальними доходами у місяць, нижчими за прожитковий мінімум. Звичайно, чим менше населення отримує низькі доходи, тим більшими є сукупні податкові надходження. Перший і другий показник є мультиколінарним, тому у разі зміни першого показника зміниться і другий. Всі зазначені фактори цілі 9 на рисунку 3 мають високу кореляцію щодо досліджуваного показника. Відповідно до Податкового кодексу України 100% податків на прибуток підприємств наповнюють місцевий бюджет. Такі показники, як кількість зайнятих, споживання продуктів харчування, є також мультиколінарним до показника заробітної плати і також мають високу кореляційну залежність до показника податкових надходжень.

Ціль 1. Подолання бідності
• 1.1. Чисельність населення із середньодушовими еквівалентними загальними доходами у місяць, нижчими прожиткового мінімуму, (%);
Ціль 2. Подолання голоду, розвиток сільського господарства
• 2.1. Споживання м'яса та м'ясопродуктів в розрахунку на одну особу, кг/рік • 2.2. Споживання риби у розрахунку на одну особу, кг/рік;
Ціль 3. Міцне здоров'я і благополуччя
• 3.1. Кількість хворих з уперше в житті встановленим діагнозом активного туберкульозу, на 100 000 населення • 3.2. Рівень імунізації населення згідно з Календарем профілактичних щеплень до визначених шести вікових груп при профілактиці десяти інфекційних
Ціль 4. Якісна освіта
• 4.1. Кількість учнів денних закладів загальної середньої освіти у розрахунку на одного вчителя, на початок навчального року
Ціль 5. Гендерна рівність
• 5.1. Співвідношення середньої заробітної плати жінок і чоловіків, %
Ціль 7. Доступна та чиста енергія
• 7.1. Частка енергії, виробленої з відновлюваних джерел, у загальному кінцевому споживанні енергії, %
Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання
• 8.1. Кількість зайнятих працівників у суб'єктів середнього та малого підприємництва, млн. осіб • 8.2. Середньомісячна номінальна заробітна плата, грн
Ціль 9. Промисловість, інновації та інфраструктура
• 9.1. Обсяг перевезених вантажів, млн. тонн • 9.2. Частка витрат на виконання наукових досліджень і розробок у ВВП, % • 9.3. Питома вага дослідників віком до 40 років, у загальній кількості дослідників
Ціль 12. Відповідальне споживання та виробництво
• 12.1. Обсяг утворених відходів усіх видів економічної діяльності на одиницю ВВП, кг на 1000 дол. США за ІКС 2011 року
Ціль 14. Збереження морських ресурсів
• 14.1. Обсяги добування водних біоресурсів у виключній (морській) економічній зоні України, тис. тонн

Рис. 3. Фактори економетричної моделі, що мають високу кореляцію до досліджуваного об'єкта

Неподаткові надходження формують до 5 % загальних надходжень місцевих бюджетів. У результаті кореляційного аналізу високої залежності до вищезазначених факторів не існує.

Аналізуючи статтю витратів “Державне управління”, визначено, що фактором із найбільшим кореляційним впливом є середньомісячна номінальна заробітна плата. Відповідно, за даною статтею витрат виплачується заробітна плата працівникам органам державного управління і це має вагому питому вагу. Певні екологічні фактори, такі як обсяг утворених відходів та обсяги видобування водних біоресурсів, також показали доволі високий рівень залежності до витратів “Державного управління”. Ймовірно, це пов'язано з тим, що залучено чимало проектів та спеціалістів щодо вдосконалення екосистеми в Україні з моменту реалізації стратегічного планування.

Стаття витрат на освіту має найбільшу питому вагу витрат. За останні 5 років серед витратів

місцевого бюджету “Ціль 4” (якісна освіта) відповідно до моніторингового звіту Міністерства фінансів [3] має статус високої імовірності виконання вже після першого етапу реформ. До 50% витратів місцевих бюджетів витрачається на освіту. Найбільш кореляційним фактором логічно є кількість учнів закладів загальної середньої освіти у розрахунку на одного вчителя. Коефіцієнт кореляції даного фактора складає 0.97%.

Витрати на охорону здоров'я не мають факторів із високою кореляційною залежністю серед вищезазначених. Досліджуючи дану статтю витратів, можна спостерігати зменшення витрат на охорону здоров'я місцевих бюджетів із одночасним збільшенням витрат державних бюджетів. Із цього можна зробити висновки, що більшість медичних закладів під час реформування стають державними і фінансуються за кошти державного бюджету.

Інші фактори, що досліджувалися, мають низьку кореляцію при формуванні місцевих бюджетів за

вищезазначеними статтями, а отже або відносяться до інших статей бюджетоутворення, або на сьогоднішній день не вимагають “удосконалення” результатів. Відповідно, національна реформа сталого розвитку відображає певні економічні зрушення, однак, враховуючи те, що тільки 4 із 17 поставлених цілей мають статус високої імовірності виконання, до 2030 року потрібно досліджувати розвиток реформування країни та шукати шляхи вдосконалення сталого розвитку.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. В умовах глобалізації економічні, політичні, екологічні, соціальні та управлінські сфери країн світу почали рухатися у векторі загальносвітових тенденцій. Відповідно до рішення Генеральної Асамблеї ООН щодо стратегічного планування країни світу почали розробляти та впроваджувати власні стратегії сталого розвитку. Україна як країна з високим потенціалом, що є кандидатом до членства Європейського Союзу, не стала винятком. У 2015 році розроблено документ «Стратегія сталого розвитку “Україна–2020”, на основі якого сформовано 17 цілей сталого розвитку. Однак після першого етапу визначено, що модель економічного розвитку вимагає вдосконалення.

Дослідивши фактори впливу на бюджетоутворюючі показники, обґрунтовано, що найбільш впливовим фактором є середньомісячна номінальна заробітна плата (Ціль 8. Гідна праця та економічне зростання), а отже, для економічного зростання необхідно першочергово забезпечити високий рівень життя населення. Також мультиколінеарними факторами до зазначеного показника є чисельність населення з середньодушовими еквівалентними загальними доходами у місяць, кількість зайнятих, споживання продуктів харчування. Суттєву кореляційну залежність відобразили показники дев'ятої цілі сталого розвитку “Промисловість, інновації та інфраструктура”, що є результатом змін до Податкового кодексу з початком реформи децентралізації.

Якщо аналізувати формування місцевих бюджетів після впровадження великих реформ, то спостерігається збільшення частки місцевих бюджетів до зведеного бюджету країни, скорочення дотацій. У свою чергу, спостерігається зростання фінансування освіти та скорочення фінансування сфери охорони здоров'я за рахунок місцевого бюджету.

Позитивні зрушення в сфері стратегічного розвитку існують, однак для реалізації поставлених цілей цього замало. Тож необхідно шляхом моніторингу, аналізу, планування удосконалити модель стратегічного розвитку і активізувати наукові розвідки даного напрямку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2014 р. № 333-р. URL:

<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-p#Text>.

2. Моніторинговий звіт “Цілі сталого розвитку. Україна, 2020”. URL: <https://www.unicef.org/ukraine/reports/sustainable-development-goals-ukraine-2020-monitoring-report>.

3. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. URL: <https://www.mof.gov.ua/uk>.

4. Sustainable development goals and ethics: building “the future we want” / J. B. S. O. A. Guerra et al. Environment, Development and Sustainability. 2021. URL: <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01831-0>.

5. Caglar M., Gurler C. Sustainable Development Goals: A cluster analysis of worldwide countries. Environment, Development and Sustainability. 2021. URL: <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01801-6>.

6. Rough sets based Ordinal Priority Approach to evaluate sustainable development goals (SDGs) for sustainable mining / M. Deveci et al. Resources Policy. 2022. Vol. 79. P. 103049. URL: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103049>.

7. Bansal S., Singh S., Nangia P. Assessing the role of natural resource utilization in attaining select sustainable development goals in the era of digitalization. Resources Policy. 2022. Vol. 79. P. 103040. URL: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103040>.

8. Sustainable development goals and ethics: building “the future we want” / J. B. S. O. A. Guerra et al. Environment, Development and Sustainability. 2021. URL: <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01831-0>.

9. Influence of Social, Environmental and Economic Sustainable Development Goals (SDGs) over Continuation of Entrepreneurship and Competitiveness / S. Del-Aguila-Arcentales et al. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. 2022. Vol. 8, no. 2. P. 73. URL: <https://doi.org/10.3390/joitmc8020073>.

10. Lacka I., Brzezicki L. Joint analysis of national eco-efficiency, eco-innovation and SDGs in EUROPE: dea approach. Technological and Economic Development of Economy. 2022. P. 1-29. URL: <https://doi.org/10.3846/tede.2022.17702>.

11. Kasztelan A. National Sustainability Index as a tool for evaluating the implementation of sustainable development goals in Poland in 2010-2019. *Ekonomia i Srodowisko - Economics and Environment*. 2022. Vol. 82, no. 3. P. 150-172. URL: <https://doi.org/10.34659/eis.2022.82.3.481>.

12. Achievement of the sustainable development goals (SDG) in Portugal and forecast of key indicators until 2030 / D. Firoiu et al. Technological and Economic Development of Economy. 2022. P. 1-35. URL: <https://doi.org/10.3846/tede.2022>.

13. Кононенко В., Тарахонич Т., Тимченко Л. Сталий розвиток, інновації та безпека на сторінках енциклопедії міжнародного права. *Science and Innovation*. 2022. Т. 18, № 1. С. 124-133. URL: <https://doi.org/10.15407/scine18.01.124>.

14. Sustainable Economic Development of Ukraine through the Agro-Sector Growth / A. Tiurina et al. *Scientific Horizons*. 2022. Vol. 24, no. 12. P. 92-101.

URL: [https://doi.org/10.48077/sci-hor.24\(12\).2021.92-101](https://doi.org/10.48077/sci-hor.24(12).2021.92-101).

15. Open Budget. Державний веб-портал бюджету для громадян. URL: <https://openbudget.gov.ua/>.

16. Бюджет України – 2014. Статистичний збірник. К. : Міністерство фінансів України, 2015. URL: <https://www.minfin.gov.ua/news/view/status-tychnyi-zbirnyk-ministerstva-finansivukrainy-biudzhet--?category=bjudzhet&subcategory=budget-2014>.

REFERENCES

1. Pro skhvalennia Kontseptsii reformuvannia mistsevoho samovriaduvannia ta terytorial'noi orhanizatsii vlady v Ukraini : Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 01.04.2014 r. № 333-r, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/333-2014-r#Text>.

2. Monitorynhovij zvit “Tsili staloho rozvytku. Ukraina, 2020”, available at: <https://www.unicef.org/ukraine/reports/sustainable-development-goals-ukraine-2020-monitoring-report>.

3. Ofitsijnyj sajt Ministerstva finansiv Ukrainy, available at: <https://www.mof.gov.ua/uk>.

4. Sustainable development goals and ethics: building “the future we want” / J. B. S. O. A. Guerra et al. (2021), *Environment, Development and Sustainability*, available at: <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01831-0>.

5. Caglar M. and Gurler C. (2021), Sustainable Development Goals: A cluster analysis of worldwide countries. *Environment, Development and Sustainability*, available at: <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01801-6>.

6. Rough sets based Ordinal Priority Approach to evaluate sustainable development goals (SDGs) for sustainable mining / M. Deveci et al. (2022), *Resources Policy*, vol. 79, p. 103049, available at: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103049>.

7. Bansal S., Singh S. and Nangia P. (2022), Assessing the role of natural resource utilization in attaining select sustainable development goals in the era of digitalization, *Resources Policy*, vol. 79, p. 103040, available at: <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2022.103040>.

8. Sustainable development goals and ethics: building “the future we want” / J. B. S. O. A. Guerra et al. (2021), *Environment, Development and Sustainability*,

available at: <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01831-0>.

9. Influence of Social, Environmental and Economic Sustainable Development Goals (SDGs) over Continuation of Entrepreneurship and Competitiveness / S. Del-Aguila-Arcenales et al. (2022), *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Vol. 8, no. 2, p. 73, available at: <https://doi.org/10.3390/joitmc8020073>.

10. Lacka I. and Brzezicki L. (2022), Joint analysis of national eco-efficiency, eco-innovation and SDGs in EUROPE: dea approach. *Technological and Economic Development of Economy*, p. 1-29, available at: <https://doi.org/10.3846/tede.2022.17702>.

11. Kasztelan A. (2022), National Sustainability Index as a tool for evaluating the implementation of sustainable development goals in Poland in 2010-2019, *Ekonomia i Srodowisko - Economics and Environment*, vol. 82, no. 3, p. 150-172, available at: <https://doi.org/10.34659/eis.2022.82.3.481>.

12. Achievement of the sustainable development goals (SDG) in Portugal and forecast of key indicators until 2030 / D. Firoiu et al. (2022), *Technological and Economic Development of Economy*, p. 1-35, available at: <https://doi.org/10.3846/tede.2022>.

13. Kononenko V., Tarakhonych T. and Tymchenko L. (2022), Stalyj rozvytok, innovatsii ta bezpeka na storinkakh entsyklopedii mizhnarodnoho prava, *Science and Innovation*, T. 18, № 1, s. 124-133, available at: <https://doi.org/10.15407/scine18.01.124>.

14. Sustainable Economic Development of Ukraine through the Agro-Sector Growth / A. Tiurina et al. (2022), *Scientific Horizons*, Vol. 24, no. 12, p. 92-101, available at: [https://doi.org/10.48077/sci-hor.24\(12\).2021.92-101](https://doi.org/10.48077/sci-hor.24(12).2021.92-101).

15. Open Budget. Derzhavnyi veb-portal biudzhetu dlia hromadian, available at: <https://openbudget.gov.ua/>.

16. Biudzhet Ukrainy – 2014. Statystychnyj zbirnyk. (2015), Ministerstvo finansiv Ukrainy, K., available at: <https://www.minfin.gov.ua/news/view/status-tychnyi-zbirnyk-ministerstva-finansivukrainy-biudzhet--?category=bjudzhet&subcategory=budget-2014>.

Стаття надійшла до редакції 07 червня 2023 року

УДК 336.1

Руццишин Н. М.,

nadiya_r@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-1198-8582,

Researcher ID: F-7297-2019,

д.е.н., проф., професор кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Завалипич Р. В.,

romanzava1982@gmail.com,

магістрант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Леськів Н. І.,

n.leskiv@gmail.com,

магістрант, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ТА ШЛЯХИ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ: ПИТАННЯ БОРГОВОЇ БЕЗПЕКИ І ФІНАНСОВОГО МОНІТОРИНГУ

Анотація. В умовах повномасштабної війни, з огляду на критично високі навантаження та бюджетні видатки, актуалізувалася проблематика забезпечення боргової безпеки України. У статті акцентовано увагу на проблематиці забезпечення економічної безпеки України, зокрема в частині досягнення належного рівня боргової безпеки й ефективного застосування інструментів фінансового моніторингу. Метою дослідження стало аналізування боргової безпеки та визначення шляхів її зміцнення й удосконалення інструментарію фінансового моніторингу в системі посилення економічної безпеки держави. Проаналізовано значення індикаторів боргової безпеки України у 2017-2021 рр., на основі яких показано, що актуалізувалася проблематика забезпечення боргової безпеки України. Вирішення цього завдання потребує реалізації системи інструментів державного регулювання фінансового сектора країни за двома напрямками: (1) фінансові заходи прямої дії, (2) економічні засоби опосередкованого впливу. До інструментів першого напрямку віднесено: перехід до стратегічного управління державним боргом, розширення співпраці з міжнародними фінансовими організаціями, підвищення якості середньострокового прогнозування та планування державної фінансово-безпекової політики, оптимізацію обсягів, структури, вартості та джерел погашення боргових зобов'язань держави, активізацію розвитку внутрішнього фінансового ринку, забезпечення моніторингу корпоративної заборгованості. Провідними інструментами другого напрямку визначено: забезпечення збалансованості грошової маси, удосконалення параметрів фінансово-кредитного сектору, детінізацію грошово-кредитного сектору, протидію викликам глобалізації у грошово-кредитній сфері. Установлено, що значним доповнюючим інструментом державної політики забезпечення фінансової, а через неї – економічної, безпеки держави є інструмент фінансового моніторингу, який слід інституціалізувати в Україні у межах аналізування та планування державної безпекової політики.

Ключові слова: економічна безпека держави, напрями і засоби посилення, фінансовий сектор, боргова безпека, фінансовий моніторинг, державна фінансово-економічна політика, загрози та виклики стабілізації.

Rushchyshyn N. M.,

nadiya_r@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-1198-8582,

Researcher ID: F-7297-2019,

Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Finance, Economic Security, Banking and Insurance Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Zavalypich R. V.,

romanzava1982@gmail.com,

Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Leskiv N. I.,

n.leskiv@gmail.com,

Master's degree student, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

PROBLEM ASPECTS AND WAYS OF STRENGTHENING THE ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE: ISSUES OF DEBT SECURITY AND FINANCIAL MONITORING

Abstract. *In the conditions of a full-scale war, considering the critically high burden and budget expenditures, the issue of ensuring Ukraine's national debt security became extremely relevant. The article focuses on the issue of ensuring Ukraine's economic security, in particular in terms of achieving an adequate level of debt security and effective use of financial monitoring tools. The purpose of the study was to analyze debt security and determine ways to improve the tools of financial monitoring in the system of strengthening the economic security of the state. The value of indicators of Ukraine's debt security in 2017-2021 was analyzed, based on which it was shown that the issue of ensuring Ukraine's debt security has been updated. Solving this task requires the implementation of a system of instruments for state regulation of the country's financial sector in two directions: (1) direct financial measures, (2) economic means of indirect influence. The tools of the first direction include: transition to strategic management of the state debt, expansion of cooperation with international financial organizations, improvement of the quality of medium-term forecasting and planning of the state financial and security policy, optimization of the volume, structure, value and sources of repayment of the state's debt obligations, activation of the development of internal financial market, ensuring monitoring of corporate debt. The leading instruments of the second direction are defined as: ensuring the balance of the money supply, improving the parameters of the financial and credit sector, detinization of the monetary and credit sector, countering the challenges of globalization in the monetary and credit sphere. It has been determined that a significant complementary tool of the state policy of ensuring the financial and, through it, the economic security of the state is the financial monitoring tool, which should be institutionalized in Ukraine within the framework of the analysis and planning of the state security policy.*

Keywords: economic security of the state, directions and means of strengthening, financial sector, debt security, financial monitoring, state financial and economic policy, threats and challenges of stabilization.

JEL Classification: E42, E44, E52, G21

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-06>

Постановка проблеми. Питання економічної безпеки України були характерними на всіх без виключення етапах соціально-економічного розвитку молодій незалежній державі. Спершу йшлося про аспекти роздержавлення та загрози первинного накопичення капіталу (1991-1996 рр.), далі – про перехід до економічного поживання й проблеми відновлення зруйнованих міжгалузевих зв'язків, повернення виробничого потенціалу (1996-1999 рр.), екстенсивний тип розвитку і все більш активне застосування грошово-фінансового чинника зміцнення економіки (2000-2007 рр.), критичне погіршення економічної безпеки України в середовищі глобальної фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр., економічне відновлення 2010-2013 рр., коли здійснювалося реформування податкової системи країни, відбувалися інвестиції в інфраструктуру, стабілізувалися державні фінанси та фінансова система країни назагал. Як можна констатувати, проблеми гарантування економічної безпеки України за період незалежності країни все більше зміщалися з сектору макроекономічної, виробничої і зовнішньоекономічної безпеки у сегмент фінансової безпеки включно з очищенням банківської системи та розвитком фінансового сектору країни.

Однак війна, яка розпочалася у 2014 р., та негативні наслідки її активної фази з початку 2022 р. призвели до втрати істотної частини економічного потенціалу країни, загострення соціальних проблем тощо і це все наклало значне навантаження на центральний і місцевий бюджети країни, об'єктивно обумовило істотні як зовнішні, так і внутрішні боргові зобов'язання, що актуалізувало на нині питання боргової безпеки України. Зокрема, сукупний державний борг України у квітні 2023 року зріс до 124,3 млрд дол. США і досяг нового історичного максимуму. Прямий державний борг зріс до 115,1 млрд дол. США і становив 92,6 % від загальної суми державного та гарантованого державою боргу. Зовнішній прямий борг збільшився до 75,8 млрд дол. США. Сукупний зовнішній державний борг підвищився до 83,1 млрд дол. США.

З іншого боку, для України практично постійно характерною була ситуація зі значними зловживаннями у фінансово-економічній сфері. Особливо негативними для країни стали виведення за кордон капіталу зі застосуванням офшорних юрисдикцій та інші фінансові злочини й оборудки. Все це актуалізує питання застосування якісного й ефективного інструментарію фінансового моніторингу, який дозволив би зміцнити бюджетну та назагал

фінансову безпеку країни, послабити таким чином проблеми боргової безпеки, заклавши позитивні передумови для загальної макроекономічної стабілізації і посилення економічної безпеки України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед українських вчених, які зробили вагомий внесок у становлення та розвиток знань про ефективну державну політику стабілізації і забезпечення розвитку грошово-кредитної сфери, а також боргову політику держави, слід відзначити таких науковців, як С. Аржевітін, О. Барановський, А. Даниленко, Н. Шелудько, С. Дячек, Н. Михальчук, Н. Руцишин, Т. Мединська та ін. Проблемні питання, а також засоби вдосконалення інструментарію фінансового моніторингу достатньо активно досліджують А. Камінський, В. Стельмах, М. Флейчук, Н. Наконечна та ін. Зв'язки та засоби посилення економічної безпеки держави через ефективну державну фінансову політику обґрунтовують Т. Васильців, О. Гарафонова, Ю. Кравчик, О. Кіх, Р. Янковий та інші науковці.

Однак ситуація швидкоплинна і швидкозмінна, що потребує ідентифікації нових більш дієвих інструментів, з одного боку, збереження належного рівня боргової безпеки держави, а, з іншого, – ефективного фінансового моніторингу, здатного забезпечити надійний контроль у сфері здійснення фінансових операцій і недопущення настання за рахунок цього вагомих фінансових ризиків і загроз для економічної безпеки держави.

Постановка завдання. Метою цього дослідження є аналізування боргової безпеки та визначення шляхів її зміцнення й удосконалення інструментарію фінансового моніторингу в системі посилення економічної безпеки держави.

Викладення основного матеріалу дослідження. Як вже зазначалося, державний борг України суттєво

збільшився в умовах повномасштабної війни, що закономірно. Однак проблеми боргової безпеки нашої держави були характерними ще до повномасштабного вторгнення (табл. 1).

Так, станом на 2021 р. відношення валового зовнішнього боргу перевищувало значення ВВП України у понад 1,5 рази, відношення державного зовнішнього боргу до ВВП – на 4,1 %, відношення платежів із погашення і обслуговування державного боргу до доходів державного бюджету, а також відношення міжнародних резервів до короткострокового зовнішнього боргу – майже у понад двічі.

Таким чином, значення відповідних індикаторів давали підстави говорити про значне послаблення боргової безпеки України. Однак, починаючи з 2022 року, ці та інші показники боргової безпеки України істотно погіршилися, що в разі актуалізувало питання ретельного управління аспектами боргової безпеки держави.

Щоправда, певні успіхи на цьому тлі були наявні ще до повномасштабної війни. Зокрема, за 2017-2021 рр. знизилися (відповідно, наблизилися до меж безпеки) значення таких індикаторів боргової безпеки України, як відношення валового зовнішнього боргу до ВВП, відношення валового державного боргу до ВВП, відношення державного внутрішнього боргу до ВВП, відношення платежів з погашення і обслуговування державного боргу до доходів державного бюджету. Упродовж всього аналізованого періоду прийнятними залишалися значення індикатора “Відношення міжнародних резервів до імпорту товарів і послуг”.

У небезпечній зоні також перебуває рівень валових міжнародних резервів України до короткострокового боргу. Починаючи з 2013 р., цей показник лише знижувався. Зокрема, тиск на міжнародні резерви Національного банку України чинить необхідність обслуговування державного боргу та утримання фіксованого курсу національної валюти.

Таблиця 1

Значення індикаторів боргової безпеки України у 2017-2021 рр.

Індикатори	Напрямок впливу	Граничні значення	Фактичні значення за роками				
			2017	2018	2019	2020	2021
Відношення валового зовнішнього боргу до ВВП, %	Дестимулятор	25	102,9	87,7	79,2	80,8	64,8
Відношення валового державного боргу до ВВП, %	Дестимулятор	55	71,8	60,9	50,3	60,8	48,9
Відношення державного зовнішнього боргу до ВВП, %	Дестимулятор	40	42,4	44,0	40,2	42,7	44,1
Відношення державного внутрішнього боргу до ВВП, %	Дестимулятор	30	25,7	21,7	21,1	24,6	20,4
Відношення платежів з погашення і обслуговування державного боргу до доходів державного бюджету, %	Дестимулятор	25	59,9	37,8	46,6	47,0	45,8
Відношення міжнародних резервів до короткострокового зовнішнього боргу, %	Стимулятор	100	37,5	42,0	46,1	54,4	58,3
Відношення міжнародних резервів до імпорту товарів і послуг, місяців	Стимулятор	3	4,1	3,9	4,5	5,8	4,6

Джерело: складено за [3, с. 92]

Варто зазначити, що безпека у сфері управління державним і корпоративним боргом передбачає утримання такого рівня внутрішньої і зовнішньої заборгованості (зважаючи на вартість її обслуговування, ефективність використання внутрішніх і зовнішніх запозичень та їх оптимальне співвідношення), який є достатнім для вирішення нагальних соціально-економічних потреб та водночас не загрожує дефолтом чи втратою фінансового суверенітету й руйнуванням вітчизняної фінансової системи. Упродовж сучасного періоду зберігалися загрозливі тенденції в борговій сфері України, що стало наслідком продовження економічної рецесії, накопичення проблем із функціонуванням фінансової системи в умовах зниження кредитних рейтингів нашої держави та підвищення соціального напруження в суспільстві.

Тенденція до зростання державного боргу України простежується упродовж вже декількох останніх років, що зумовлено нестабільною ситуацією з рефінансування боргів попередніх років, тиском боргових виплат на державні фінанси, а також високими валютними ризиками зовнішньої заборгованості. Зокрема, можна констатувати про стрімке зростання відношення і внутрішнього, і зовнішнього боргу щодо ВВП.

Особливо небезпечним є суттєве збільшення в Україні обсягу зовнішнього боргу до ВВП. Значна девальвація національної валюти протягом 2014-2016 рр. призвела до зростання тієї частини боргу, яка номінована в іноземній валюті, та відповідних платежів за ним, що посилює ризики залежності вітчизняної економіки від міжнародних кредиторів.

Спостерігається й суттєве зростання такого показника, як обсяг зовнішнього боргу в розрахунку на одну особу. Зростання почалося після світової фінансової кризи 2009 р., а у 2021 р. цей показник становив 1390,0 дол. США (граничне значення показника не має перевищувати 200). Зрозуміло, що ці процеси негативно позначаються на соціальній захищеності і рівні життя більшості громадян країни, генеруючи, своєю чергою, високий рівень соціального напруження та невдоволення.

Незважаючи на загальну тенденцію зростання рівня боргової безпеки України завдяки проведеній реструктуризації і частковому списанню державного боргу, критичну ситуацію в цій сфері вдалося стабілізувати, а індекс обсягу внутрішнього боргу до ВВП скоротився, що є позитивним фактом та свідчить про часткову стабілізацію ситуації в сфері державних фінансів, підвищення ефективності боргової політики.

Необхідно також констатувати, що внаслідок погіршення зовнішньоекономічної позиції України на світовому ринку у період війни відношення державного боргу до річного експорту товарів і послуг критично зросло.

Протягом війни, починаючи з 2014 р., відбулося значне зростання вартості обслуговування державного боргу. Необхідність збільшення видатків на обслуговування державного боргу суттєво зменшила можливості фінансування інших статей та ефективність видаткової частини державного бюджету загалом.

Варто додати, що рівень заборгованості уряду за державними цінними паперами до ВВП також має тенденцію до погіршення і наближення до загрозливого рівня (у 2021 р. – 30,9% при межі 30%). Своєю чергою, збільшення боргових зобов'язань призводить до звуження можливостей інвестування коштів для економічного зростання та унеможливує вихід вітчизняної економіки на стійку середньострокову траєкторію розвитку.

Таким чином, проблеми у сфері боргової безпеки України потребують свого вирішення, адже погіршують спроможність держави стабільно й надійно забезпечувати її фінансову самостійність, а через неї й провадити ефективну валютно-курсову та грошово-кредитну політику, ефективно формувати, зберігати від надмірного знецінення та раціонально використовувати фінансові ресурси країни для забезпечення її соціально-економічного розвитку та обслуговування фінансових зобов'язань.

Розуміючи, що питання боргової безпеки є значно ширшим за дії, пов'язані зі зменшенням обсягів та зниженням рівня боргових зобов'язань, потрібно вказати на те, що й політика врегулювання боргів має бути більш системною і комплексною, передбачати два вектори інструментів:

1) прямої дії – безпосереднього впливу на менеджмент боргових зобов'язань, зміни в обсягах та структурі державного боргу;

2) опосередкованого впливу – на макроекономічну і фінансову ситуацію в країні назагал (рис. 1).

Реалізація цих та інших заходів позитивно позначиться на економічній безпеці України, адже дозволяє забезпечити цінову стабільність та зменшення надлишкової грошової маси в обігу, оздоровлення банківської системи та відновлення кредитування реального сектору економіки, забезпечити курсову стабільність та підвищення ефективності валютно-курсової політики, розвиток вторинного ринку цінних паперів, підвищення ефективності державного регулювання фінансових інститутів. У підсумку все це позитивно впливає на посилення таких складових економічної безпеки України, як фінансова, макроекономічна, зовнішньоекономічна, інвестиційна, виробнича.

Значним доповнюючим інструментом державної політики забезпечення фінансової, а через неї – економічної безпеки держави є фінансовий моніторинг як діяльність організацій, що здійснюють операції з грошовими коштами або іншим майном, з виявлення операцій, які підлягають обов'язковому контролю, інших операцій з грошовими коштами або іншим майном, пов'язаних з легалізацією (відмиванням) доходів, отриманих злочинним шляхом, фінансування тероризму тощо. Однак ми вважаємо, що інструментарій фінансового моніторингу доцільно поширювати й на питання менеджменту (зокрема, на реалізацію функції аналізу) фінансової безпеки України, коли державне регулювання грошово-кредитної сфери та фінансової системи країни назагал об'єктивно позначається на зміні параметрів фінансової безпеки держави.



Рис. 1. Інструментарій державної політики зміцнення боргової безпеки України

Джерело: авторська розробка

Зокрема, під час аналізування державної політики тут важливо послідовно проаналізувати такі характеристики, як, по-перше, стан функціонування та ефективність регулювання грошово-кредитної сфери та, по-друге, наслідки впливу її функціонування і розвитку на параметри фінансової й економічної безпеки держави. На першому етапі аналізу важливо проводити розрахунок загальних індикаторів стану грошово-кредитної сфери, оцінювати ефективність державної політики та проводити моніторинг сформованості критеріїв функціонування і регулювання розвитку грошово-кредитної сфери.

На другому етапі фінансового моніторингу пропонується оцінювання впливу розвитку грошово-кредитної сфери на індикатори структурних складових фінансової безпеки, виявляти відхилення та зміни у станах і рівні структурних складових та інтегральної характеристики фінансової безпеки держави, зумовлених регулюванням і розвитком грошово-кредитної сфери. В результаті формується комплексний висновок щодо ефективності державного регулювання, функціонування грошово-кредитної сфери та її впливу на параметри фінансової й надалі економічної безпеки держави.

При цьому певні елементи системи планування розвитку грошово-кредитного сектору перебувають лише на стадії формування. Це стосується у першу чергу формування індикаторів стану грошово-кредитної безпеки та створення єдиної системи моніторингу, аналізу, прогнозування та прийняття рішень у грошово-кредитній сфері. Очевидно, що за таких умов виникає необхідність розробки і запровадження єдиної системи планування розвитку грошово-кредитної сфери України в контексті посилення фінансової й економічної безпеки держави.

Результати такого фінансового моніторингу стануть вагомим інформаційно-аналітичним підґрунтям для подальшої розробки стратегії ефективної фінансової політики України, що буде реалізуватися у вигляді чотирьох взаємопов'язаних етапів: діагностичний аналіз ендогенного та екзогенного середовища функціонування фінансового сектору, стратегічне планування розвитку фінансового сектору, реалізація державної політики у сфері функціонування грошово-кредитної сфери, моніторинг та оцінювання реалізації стратегії фінансової політики. Кожен із представлених етапів переслідує виконання певних функцій та має кінцевий результат з огляду на специфіку процесно-

функціонального підходу до стратегічного планування.

Більше того, в цілях підвищення ефективності стратегічного планування вважаємо за доцільне проведення фінансового моніторингу та оцінювання реалізації стратегії, що є об'єктивною передумовою створення цілісної системи стратегічного планування в царині державної безпекової політики. Запровадження такого підходу дозволить більш чітко визначати засади, цілі та основні завдання державної політики у сфері економічної та фінансової безпеки, пріоритети і напрями розвитку грошового обігу та кредитних відносин із урахуванням існуючих загроз та економічних можливостей Української держави.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, в умовах повномасштабної війни, з огляду на критично високі навантаження та бюджетні видатки, актуалізувалася проблематика забезпечення боргової безпеки України. Вирішення цього завдання потребує реалізації системи інструментів державного регулювання фінансового сектора країни за двома напрямками: (1) фінансові заходи прямої дії, (2) економічні засоби опосередкованого впливу.

До інструментів першого напрямку доцільно віднести перехід до стратегічного управління державним боргом, розширення співпраці з міжнародними фінансовими організаціями, підвищення якості середньострокового прогнозування та планування державної фінансово-безпекової політики, оптимізацію обсягів, структури, вартості та джерел погашення боргових зобов'язань держави, активізацію розвитку внутрішнього фінансового ринку, забезпечення моніторингу корпоративної заборгованості.

Провідними інструментами другого напрямку слугують: забезпечення збалансованості грошової маси, удосконалення параметрів фінансово-кредитного сектору, детінізація грошово-кредитного сектору, протидія викликам глобалізації у грошово-кредитній сфері.

Реалізація цих та інших заходів позитивно позначиться на економічній безпеці України, адже забезпечує зміцнення таких її складових, як фінансова, макроекономічна, зовнішньоекономічна, інвестиційна, виробнича.

Значним доповнюючим інструментом державної політики забезпечення фінансової, а через неї – економічної безпеки держави є інструмент фінансового моніторингу, який слід інституціалізувати в Україні у межах аналізування та планування державної безпекової політики.

Подальші наукові дослідження у цьому напрямі доцільно сфокусувати навколо обґрунтування завдань та інструментів державної політики системного посилення фінансово-економічної безпеки на всіх рівнях ієрархії управління в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аржевітін С. М. Грошово-кредитні відносини в розвитку економіки України : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.08. К. : ДВНЗ “Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана”, 2011. 32 с.
2. Барановський О. І. Сутність і різновиди фінансових криз. *Фінанси України*. 2009. № 5. С. 3-20.
3. Васильців Т. Г., Чуй І. Р., Мицак О. В., Кіх О. В. Боргова стійкість зовнішньої заборгованості як індикатор фінансової безпеки держави. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2022. № 69. С. 94-97.
4. Даниленко А. І., Шелудько Н. М. Грошово-кредитний ринок України: кризові уроки та короткострокові перспективи. *Економіка і прогнозування*. 2010. № 1. С. 9-19.
5. Дячек С. М. Грошово-кредитна безпека України: сутність, загрози, оцінка. *Вісник Житомирського державного технічного університету*. 2013. № 2 (64). С. 227-233.
6. Камінський А. Б. Моделювання фінансових ризиків : монографія. К. : ВПЦ “Київський університет”, 2006. 304 с.
7. Михальчук Н. М. Податковий борг як загроза фінансовій безпеці держави : автореф. на здобуття наук. ст. к.е.н. за спец. 21.04.01 – економічна безпека держави (економічні науки). К. : НІСД, 2015. 23 с.
8. Монетарна політика Національного банку України: сучасний стан та перспективи змін / за ред. В.С. Стельмаха. К. : Центр наукових досліджень Національного банку України, УБС НБУ, 2009. 404 с.
9. Руцишин Н. М., Мединська Т. В. Іноземний капітал у банківській системі України та його вплив на фінансову безпеку держави. *Інтернаука. Серія “Економічні науки”*. 2019. № 12 (32). С. 94-100.
10. Флейчук М. І., Наконечна Н. В., Щурко У. В., Гончарук Я. А. Фінансовий контролінг в системі зміцнення економічної безпеки держави : монографія. Львів : Ліга-Прес, 2012. 260 с.

REFERENCES

1. Arzhevitin, S. M. (2011), *Hroshovo-kredytni vidnosyny v rozvytku ekonomiky Ukrainy* : avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.08, DVNZ “Kyiv. nats. ekon. un-t im. V. Het'mana”, K., 32 s.
2. Baranovs'kyj, O. I. (2009), *Sutnist' i riznovydy finansovykh kryz*, *Finansy Ukrainy*, № 5, s. 3-20.
3. Vasyl'tsiv, T. H. Chuj, I. R. Mytsak, O. V. and Kikh, O. V. (2022), *Borhova stjistik' zovnishn'oi zaborhovanosti iak indykator finansovoi bezpeky derzhavy*, *Visnyk LTEU. Ekonomichni nauky.*, № 69, s. 94-97.
4. Danylenko, A. I. and Shelud'ko, N. M. (2010), *Hroshovo-kredytnyj rynek Ukrainy: kryzovi uroky ta korotkostrokovyi perspektyvy*, *Ekonomika i prohnozuvannia*, № 1, s. 9-19.
5. Diachek, S. M. (2013), *Hroshovo-kredytna bezpeka Ukrainy: sutnist', zahrozy, otsinka*, *Visnyk Zhytomyrs'koho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu*, № 2 (64), s. 227-233.

6. Kamins'kyj, A. B. (2006), Modeliuvannia finansovykh ryzykiv : monohrafiia, VPTs "Kyivs'kyj universytet", K., 304 s.

7. Mykhal'chuk, N. M. (2015), Podatkovyj borh iak zahroza finansovij bezpetsi derzhavy : avtoref. na zdobuttia nauk. st. k.e.n. za spets. 21.04.01 – ekonomichna bezpeka derzhavy (ekonomichni nauky), NISD, K., 23 s.

8. Monetarna polityka Natsional'noho banku Ukrainy: suchasnyj stan ta perspektyvy zmin / za red. V.S. Stel'makha (2009), Tsentr naukovykh doslidzhen' Natsional'noho banku Ukrainy, UBS NBU, K., 404 s.

9. Ruschyshyn, N. M. and Medyns'ka, T. V. (2019), Inozemnyj kapital u bankivs'kij systemi

Ukrainy ta joho vplyv na finansovu bezpeku derzhavy, *Internauka*. Seriia "Ekonomichni nauky"., № 12 (32), s. 94-100.

10. Flejchuk, M. I. Nakonechna, N. V. Schurko, U. V. and Honcharuk, Ya. A. (2012), Finansovyj kontrolinh v systemi zmitsnennia ekonomichnoi bezpeky derzhavy : monohrafiia, Liha-Pres, L'viv, 260 s.

Стаття надійшла до редакції 02 серпня 2023 року

УДК 338.1

*Єрмоленко О. А.,
yermolenko@kart.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-0497-1042,
ResearcherID: IAR-4492-2023,
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту, Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків*

*Коковіхіна О. О.,
kokovikhina@kart.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-1807-0229
ResearcherID: IQR-6294-2023
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту, Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків*

*Лисьонкова Н. М.,
lysonkova@kart.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-9903-3843,
ResearcherID: IAR-4655-2023
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту, Український державний університет залізничного транспорту, м. Харків*

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ ВПЛИВУ ДЕСТАБІЛІЗАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ В УКРАЇНІ

***Анотація.** Дослідження проблем забезпечення належного рівня фінансової безпеки домогосподарств є відносно новою складовою розвитку фінансової науки. У статті розглядаються теоретичні підходи до визначення сутності поняття фінансової безпеки домогосподарства. Авторами запропоновано під фінансовою безпекою домогосподарства розуміти адаптивну систему фінансових відносин між домогосподарством, фінансовим ринком і державою, що забезпечує стан захищеності домогосподарств від зовнішніх та внутрішніх загроз. Досліджено та проаналізовано основні загрози, які впливають на фінансову безпеку домашніх господарств. Доведено, що саме фінансова інклюзія у поєднанні з довірою до фінансово-кредитної системи та підвищенням рівня фінансової грамотності населення є стимулюючим фактором спрямування заощаджень в інвестиційну сферу, зменшення рівня мінізації економіки і, як наслідок, забезпечення фінансової безпеки. У статті зосереджено увагу на існуванні досить низького рівня фінансової інклюзії в Україні, що не дозволяє повноцінно використовувати ресурс заощаджень населення. Після перемоги саме використання заощаджень населення як внутрішнього фінансового ресурсу держави дасть змогу, по-перше, зменшити залежність від зовнішнього фінансування, по-друге, самим домогосподарствам отримувати стабільний пасивний дохід. У роботі зазначено, що вже сьогодні потрібні заходи, спрямовані на підвищення фінансової грамотності населення шляхом постійного інформування у ЗМІ та соціальних мережах про можливості управління фінансовими ресурсами. Саме такі дії зможуть відновити довіру до фінансово-кредитного сектору та в кінцевому підсумку підвищити фінансову безпеку домогосподарств і України. Зроблено висновок, що забезпечити фінансову безпеку домогосподарства, окрім інших важливих факторів, у змозі фінансова інклюзія у поєднанні з довірою до фінансово-кредитної системи з боку населення та бізнесу.*

Ключові слова: фінансова безпека домогосподарства, фінансова інклюзія, фінансова грамотність населення, загрози фінансовій безпеці домогосподарства.

*Yermolenko O. A.,
yermolenko@kart.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-0497-1042,
ResearcherID: IAR-4492-2023,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Audit, Ukrainian State University of Railway Transport, Kharkiv*

*Kokovikhina O. O.,
kokovikhina@kart.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-1807-0229
ResearcherID: IQR-6294-2023,
Ph.D., Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Audit, Ukrainian State University of Railway Transport, Kharkiv*

Lysonkova N. M.,

lysonkova@kart.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-9903-3843,

ResearcherID:IAR-4655-2023

Ph.D., Associate Professor of the Department of Finance, Accounting and Audit, Ukrainian State University of Railway Transport, Kharkiv

ENSURING FINANCIAL SECURITY OF HOUSEHOLDS UNDER THE INFLUENCE OF DESTABILIZING FACTORS IN UKRAINE

Abstract. *The study of the problems of ensuring the appropriate level of financial security of households is a relatively new direction of the financial science development. The article examines theoretical approaches to determining the essence of the concept of household financial security. The authors proposed to consider the financial security of the household as an adaptive system of financial relations between the household, the financial market and the government, which provide the prerequisites for protection of households from external and internal threats. The main threats affecting the financial security of households have been studied and analyzed. It has been proven that financial inclusion in combination with trust in the financial and credit system and increasing the level of public financial literacy is a stimulating factor for directing savings to the investment sphere, reducing the level of shadowing of the economy and, as a result, ensuring financial security. The article focuses on the existence of a rather low level of financial inclusion in Ukraine, which does not allow the full use of the population's savings resource. After the victory, it is the use of the population's savings as an internal financial resource of the state that will make it possible, firstly, to reduce dependence on external financing, and secondly, for the households themselves to receive a stable passive income. It is emphasized in the article that today measures aimed at increasing the financial literacy of the population are needed through constant information in the mass media and social networks about the possibilities of managing financial resources. Such actions will contribute to restore confidence in the financial and credit sector and ultimately increase the financial security of households and Ukraine. It was concluded that, in addition to other important factors, financial inclusion in combination with trust in the financial and credit system on the part of the population and businesses can ensure the financial security of the households.*

Key words: household's financial security, financial inclusion, financial literacy of the population, threats to the household's financial security.

JEL Classification: E63, O15, R20.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-07>

Постановка проблеми. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну призвело до глобальної кризи, яка охоплює продовольчу, енергетичну та фінансову сфери, спричинило стрімке зниження економічної активності та доходів населення, вплинуло на рекордне зростання дефіциту бюджету та інфляцію. В таких умовах не викликає сумніву важливість дослідження проблем фінансової безпеки домогосподарств як безпосереднього учасника економічних відносин та суб'єкта, що є залежним від цих процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем забезпечення належного рівня фінансової безпеки домогосподарств є відносно новою складовою розвитку фінансової науки. Разом з тим, наукові напрацювання з дослідження сутності та оцінювання рівня фінансової безпеки домогосподарств посідають вагоме місце в дослідженнях як вітчизняних, так і провідних іноземних науковців та практиків, серед яких особливо необхідно відзначити роботи О. Барановського [1], З. Варналій [2], В. Вереди [3], Ю. Воробйова, В. Ворошило [4], М. Зварича [5], Т. Кізіми [6], Л. Келвета [7], А. Козери [8], М. Перепелиці [9], Ю. Півняка [10], Б. Пшика [11], Р. Сніщенко [12],

Л. Твардовської [10], М. Чабаненко [10], Н. Чиж [13] та інших. Віддаючи належне існуючим розробкам, варто відзначити, що сьогодні як ніколи проблематика забезпечення фінансової безпеки домогосподарств повинна враховувати нові ризики та загрози, зокрема війну та пандемії. А це вимагає адаптації існуючих наукових напрацювань до нових реалій.

Проблематика досліджень фінансової безпеки домогосподарств є відносно новою складовою розвитку фінансової науки. Поряд з тим, наукові напрацювання з різних аспектів оцінювання фінансової безпеки домогосподарств та досліджень її складових посідають вагоме місце у працях.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження принципів забезпечення фінансової безпеки домогосподарств у сучасних умовах, а також визначення напрямів забезпечення ефективності функціонування даного механізму за умови глобальних трансформаційних змін у сфері державного регулювання доходів населення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Перш за все необхідно з'ясувати сутність поняття "домогосподарство". Так, відповідно до Закону України "Про сільськогосподарський перепис" від

23 вересня 2008 року № 575-VI домогосподарство – це сукупність індивідів, які спільно проживають в одному житловому приміщенні або його частині, убезпечують себе всім необхідним для життєдіяльності, ведуть сумісне господарство, повністю або частково об'єднують та витрачають кошти. Ці особи можуть перебувати в родинних стосунках або стосунках свояцтва, не перебувати у будь-яких із цих стосунків або перебувати і в тих, і в інших стосунках. Домогосподарство може складатися з одного індивіда [14].

Неможливо перебільшити значення та роль домогосподарства в національній економіці. І це обумовлено багатьма факторами (рис. 1).

В етимологічному значенні “безпека” походить від грецького “володіти ситуацією”.

Звертаючись до наукової літератури у сфері фінансів, можемо бачити такі визначення поняття “фінансова безпека домогосподарств”.

Щодо фінансової безпеки домогосподарств, то Зварич М. С. стверджує, що фінансова безпека домашніх господарств як економічне поняття – це система фінансово-економічних відносин, що забезпечує стан захищеності фінансів домашніх господарств від зовнішніх та внутрішніх загроз і небезпек у процесі їх життєдіяльності, зокрема формуванні та використанні фінансових ресурсів задля розвитку та достойного існування всіх членів домогосподарства [5, с. 131].

Натомість Нагайчук Н. Г. під фінансовою безпекою домогосподарств розуміє економічні відносини з формування і використання грошових коштів з метою забезпечення матеріальних і соціальних умов життя членів господарства та їхнього відтворення [15, с. 102].

Подібний підхід застосовує Воробйов Ю. М., на думку якого фінансова безпека домогосподарства – сукупність соціально-економічних і правових відносин, що забезпечують такий стан фінансів домашніх господарств, при якому вони стійкі до зовнішніх загроз та ризиків, незалежні в ефективному формуванні і в раціональному використанні фінансових ресурсів для реалізації своїх функцій [4, с. 45].

Деякі науковці під фінансовою безпекою домогосподарств пропонують розуміти стан, що дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз і здатний задовольняти потреби сім'ї [10, с. 227].

Також у сучасній економічній науці можна побачити близьке по суті поняття “фінансова безпека громадянина”. Так, на думку А. Полторака і А. Зайко, фінансова безпека характеризує стан життєдіяльності громадянина, при якому забезпечується правовий і економічний захист його інтересів, дотримуються конституційні права, забезпечується якісний і гідний рівень життя незалежно від впливу внутрішніх та зовнішніх загроз. При цьому функцією держави є забезпечення соціальних гарантій та соціальних стандартів, зокрема мінімального розміру заощаджень, заробітної плати і пенсії на такому рівні, щоб працюючому громадянину було вдосталь фінансових ресурсів на необхідні потреби та утримання власної сім'ї [16, с. 67].

На основі аналізу підходів науковців до сутності поняття “фінансова безпека домогосподарств”, а також враховуючи особливості домогосподарства як суб'єкта економіки можна зробити наступні висновки.

Фінансова безпека домашніх господарств трактується як фінансовий стан і як система фінансових взаємовідносин домогосподарств.

Фінансова безпека домогосподарств знаходиться у тісному взаємозв'язку зі всіма ланками фінансової безпеки держави.

Події в Україні з 2020 року сприяли створенню середовища, яке постійно змінюється. І всім суб'єктам економіки довелося адаптуватися до нових реалій.

Теорію адаптації називають ще стратегією пристосування. Вона полягає в тому, що в реальній сучасності будь-яка організація маневрує у розподілі виробництва товарів і послуг між своїми структурними підрозділами і підрозділами в регіоні, а також створює комбінації найбільш вигідних напрямків дій із урахуванням ситуативних чинників зовнішнього середовища.

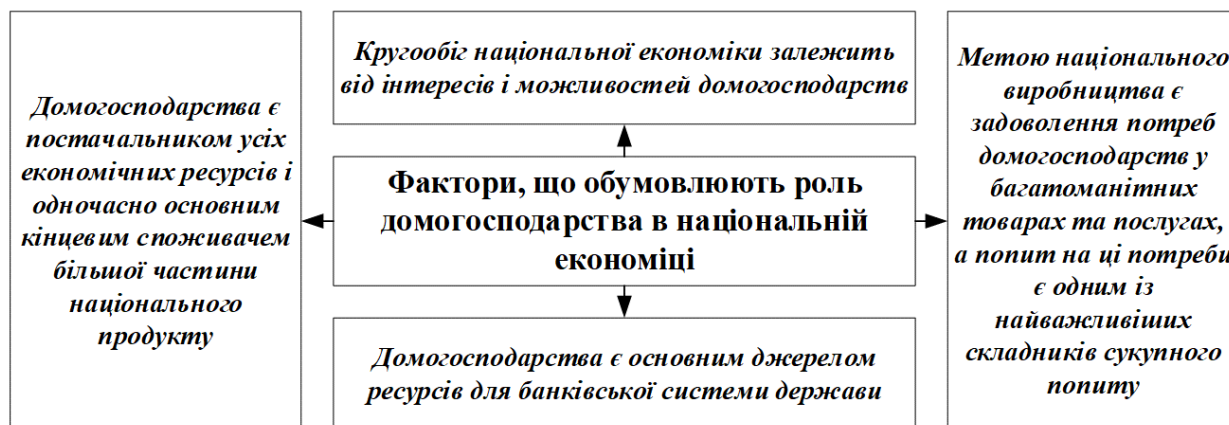


Рис. 1. Фактори, що обумовлюють роль домогосподарства в національній економіці

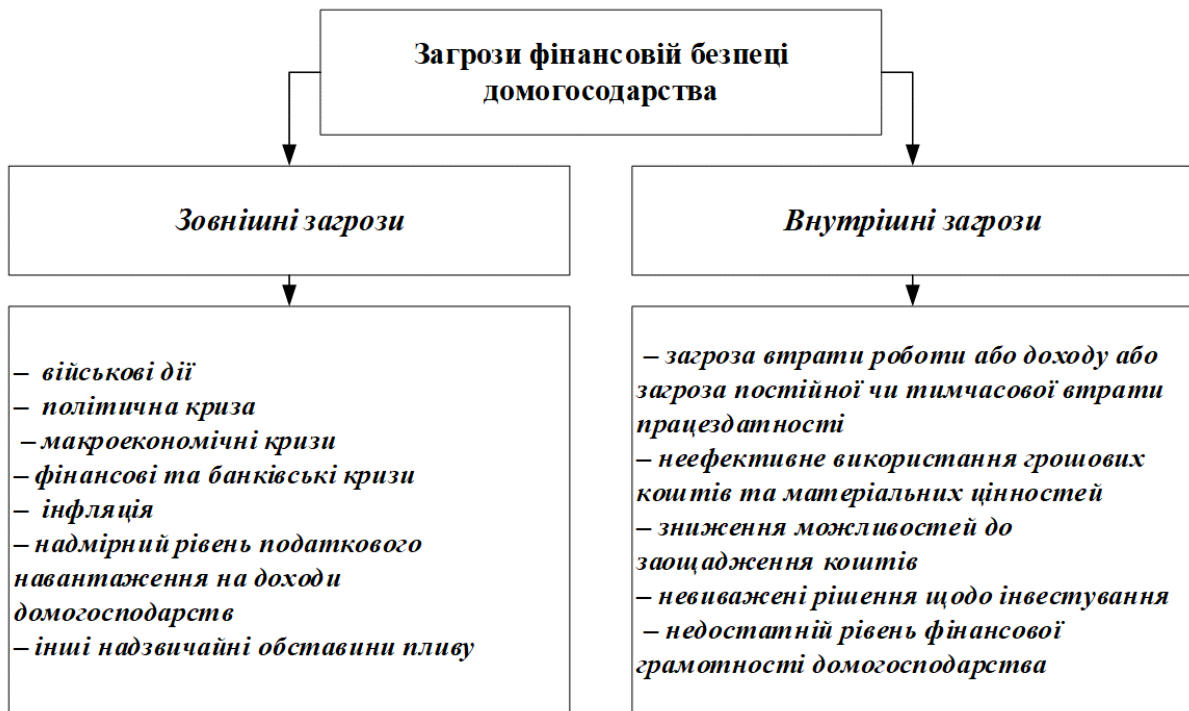


Рис. 2. Загрози фінансовій безпеці домогосподарства

Виходячи з наведеного вище, ми стверджуємо, що фінансова безпека домогосподарств – це адаптивна система фінансових відносин між домогосподарством, фінансовим ринком і державою, що забезпечує стан захищеності домогосподарств від зовнішніх та внутрішніх загроз.

Визначаючи сукупність потенційних загроз, які найбільше впливають на фінансову безпеку домогосподарств, необхідно передусім поділити їх на внутрішні та зовнішні (рис. 2).

Такий розподіл є актуальним із тієї причини, що вони, як правило, не мають значних можливостей реального впливу на зовнішні загрози для домогосподарства, оскільки такі впливи в більшості випадків пов’язані з макроекономічними чинниками. Водночас внутрішні загрози зазвичай можна мінімізувати або усунути, оскільки природа їх пов’язана з безпосереднім функціонуванням домогосподарств як економічних агентів у межах національної економіки.

Варто відзначити, що відповідно “до статистики Управління Верховного комісара ООН у справах біженців (УВКБ ООН) станом на 19 липня 2022 року з України виїхало 9 567 033 особи”, “роботу втратили від 5 млн до 15 млн працездатних громадян України” [17].

Це також свідчить про необхідність розглядати фінансову безпеку домогосподарства як адаптивну систему. В таких умовах лише здатність до адаптації дає змогу залишатися на плаву.

Сьогодні Україна отримує масштабну фінансову допомогу та підтримку від країн-партнерів, завдяки яким спроможна регулювати фінансові потоки та забезпечувати функціонування економіки. Так, наприклад, Україна “отримує додаткові ресурси фінансової підтримки у 2023 році шляхом

започаткування нової масштабної програми макрофінансової допомоги на суму 18 млрд євро” [18].

Однак вже завтра ситуація може кардинально змінитися і тому як і саме домогосподарство, так і держава повинні мати механізм адаптації до впливу різного роду факторів. Для зміцнення фінансової безпеки домогосподарства у воєнний період та забезпечення належного її рівня у поствоєнний період необхідне застосування принципів фінансової інклюзії, яка являє собою залучення громадян, бізнесу до фінансових продуктів і сервісів незалежно від доходу, віку, місця проживання чи виду діяльності.

На сьогодні в нашій державі спостерігається досить низький рівень фінансової інклюзії, що не дозволяє повноцінно використовувати ресурс заощаджень населення. Звісно, що з 24 лютого 2022 року цей ресурс дещо послабшав, але він все ще залишається потужним. Після перемоги саме використання заощаджень населення як внутрішнього фінансового ресурсу держави дасть змогу, по-перше, зменшити залежність від зовнішнього фінансування, по-друге, самим домогосподарствам отримувати стабільний пасивний дохід.

Слід зазначити про досить низький рівень фінансової грамотності населення України.

Причинами цього є те, що: 27% громадян взагалі не роблять заощаджень, а ті, що все ж таки заощаджують, роблять це, відкладаючи свої кошти на чорний день; не знають, як працюють фінансові установи держави та які переваги вони мають; не довіряють фінансовим установам та фінансовим організаціям; населення має лише загальне уявлення про свій бюджет, тобто воно не розуміє, як правильно розподілити свої доходи та витрати; 39% населення не мають банківських рахунків [19].

Для цього вже сьогодні потрібні заходи, спрямовані на підвищення фінансової грамотності населення шляхом постійного інформування у ЗМІ та соціальних мережах про можливості управління фінансовими ресурсами. Саме такі дії зможуть відновити довіру до фінансово-кредитного сектору та в кінцевому підсумку підвищити фінансову безпеку домогосподарств у Україні.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, забезпечити фінансову безпеку домогосподарства, окрім інших важливих факторів, у змозі фінансова інклюзія у поєднанні з довірою до фінансово-кредитної системи з боку населення та бізнесу. Фінансова інклюзія є саме стимулюючим чинником для спрямування заощаджень в інвестиційну сферу, зниження рівня тінізації економіки, підвищення фінансової стабільності суб'єктів господарювання, і, як наслідок, підвищення рівня державних доходів та забезпечення фінансової безпеки домогосподарства і держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Барановський О. І. Філософія безпеки : монографія : у 2 т. К. : УБС НБУ, 2014. Т. 1 : Основи економічної і фінансової безпеки економічних агентів. 831 с.

2. Економічна безпека : навч. посіб. / за ред. З. С. Варналія. К. : Знання, 2009. 647 с.

3. Wereda W., Prokopowicz D. Economic and financial situation of households in Poland – analysis and diagnosis. *Zeszyty Naukowe SGGW. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*. 2017. Vol. 18(67). P. 240-258.

4. Воробйов Ю. М., Ворошило В. В. Фінанси домашніх господарств у фінансовій системі держави : монографія. Сімферополь : ВД “АРИАЛ”, 2013. 232 с.

5. Зварич М. С. Теоретичні підходи до визначення сутності фінансової безпеки домогосподарств. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/1/35.pdf.

6. Кізима Т. О. Фінанси домогосподарств: концептуальні засади теорії та практики : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня док. екон. наук: спец. 08.00.08 “Гроші, фінанси і кредит”. Тернопіль, 2011. 36 с.

7. Calvet L. E., Campbell J. Y., Sodini, P. Measuring the financial sophistication of households. *American Economic Review*. 2009. Vol. 99(2). P. 393-398.

8. Kozera A. Financial security of Polish households. *Journal of Agribusiness and Rural Development*. 2016. Vol. 3 (41). P. 319-328.

9. Перепелиця М. О. Національна безпека держави у фінансовій сфері: поняття й загрози існуванню. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Юридичні науки. 2016. Вип. 2 (2). С. 86-89.

10. Твардовська Л. М., Півняк Ю. В., Чабаненко М. В. Проблема визначення економічної безпеки домашніх господарств в умовах ринкової економіки. *Наукові записки Національного універси-*

тету “Острозька академія”. Сер.: Економіка. 2012. Вип. 19. С. 226-229.

11. Пшик Б. І. Фінансова безпека домогосподарств в Україні: сучасні проблеми та механізм забезпечення. Львів : СПОЛОМ, 2020. 274 с.

12. Сніщенко Р. Г. Фінансова безпека домогосподарств у період нестабільності економіки. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. Сер.: Економічні науки. 2014. № 1. С. 149-159.

13. Чиж Н. М., Урбан О. А., Дзямучич М. І. Перспективи нарощення кредитування в Україні. *Економічний форум*. 2021. № 3. С. 139-144.

14. Про сільськогосподарський перепис : Закон України від 23 вересня 2008 року № 575-VI : чинне законодавство станом на 19 грудня 2019 року : офіційний текст. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/575-17>.

15. Нагайчук Н. Г. Уточнення змісту поняття “Фінанси домогосподарств” у розрізі навчальної дисципліни “Фінанси”. *Фінансовий простір*. 2014. № 2. С. 100-105.

16. Полторак А. С., Зайко А. О. Методологічні засади систематизації фінансової безпеки держави. *Агросвіт*. 2018. № 21. С. 65-71.

17. Стародубов О. Міграційна криза – масштаб, економічні наслідки і шляхи подолання. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/08/2/7361562/>.

18. Офіційна сторінка Міністерства фінансів України. URL: <https://www.facebook.com/minfin.gov.ua>.

19. All PRO pennies: internet portal, Assess the financial literacy of Ukrainians. 2019. URL: <http://vseprogroshi.com.ua/ocinit-finansovugramotnist-ukrayinciv.html>.

REFERENCES

1. Baranovskiy, O. I. (2014), *Filosofia bezpeky : monohrafiia* : u 2 t. UBS NBU, K., T. 1 : Osnovy ekonomichnoi i finansovoi bezpeky ekonomichnykh ahentiv. 831 s.

2. Ekonomichna bezpeka : navch. posib. / za red. Z. S. Varnaliia (2009), *Znannia*, K., 647 s.

3. Wereda W. and Prokopowicz D. (2017), *Economic and financial situation of households in Poland – analysis and diagnosis. Zeszyty Naukowe SGGW, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, vol. 18(67), p. 240-258.

4. Vorobjov, Yu. M. and Voroshylo, V. V. (2013), *Finansy domashnikh hospodarstv u finansovij systemi derzhavy* : monohrafiia, VD “ARIAL”, Simferopol', 232 s.

5. Zvarych, M. S. Teoretychni pidkhody do vyznachennia sutnosti finansovoi bezpeky domohospodarstv, available at: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/1/35.pdf.

6. Kizyma, T. O. (2011), *Finansy domohospodarstv: kontseptual'ni zasady teorii ta praktyky* : avtoref. dys. ... na zdobuttia nauk. stupenia dok. ekon. nauk: spets. 08.00.08 “Hroshi, finansy i kredyt”, Terнопil', 36 s.

7. Calvet, L. E. Campbell, J. Y. and Sodini P. (2009), Measuring the financial sophistication of households, *American Economic Review*, vol. 99(2), p. 393-398.

8. Kozera A. (2016), Financial security of Polish households, *Journal of Agribusiness and Rural Development*, vol. 3 (41), p. 319-328.

9. Perepelytsia, M. O. (2016), Natsional'na bezpeka derzhavy u finansovij sferi: poniattia j zahrozy isnuvanniu, *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu*. Serii: Yurydychni nauky., vyp. 2 (2), s. 86-89.

10. Tvardovs'ka, L. M. Pivniak, Yu. V. and Chabanenko, M. V. (2012), Problema vyznachennia ekonomichnoi bezpeky domashnikh gospodarstv v umovakh rynkovoï ekonomiky, *Naukovi zapysky Natsional'noho universytetu "Ostroz'ka akademiia"*. Ser.: Ekonomika., vyp. 19, s. 226-229.

11. Pshyk, B. I. (2020), Finansova bezpeka domohospodarstv v Ukraini: suchasni problemy ta mekhanizm zabezpechennia, *SPOLOM, L'viv*, 274 s.

12. Snischenko, R. H. (2014), Finansova bezpeka domohospodarstv u period nestabil'nosti ekonomiky, *Visnyk Kremenchuts'koho natsional'noho universytetu imeni Mykhajla Ostrohads'koho*. Ser.: Ekonomichni nauky., № 1, s. 149-159.

13. Chyzh, N. M. Urban, O. A. and Dziamulych, M. I. (2021), Perspektyvy naroschennia kredytuvannia v Ukraini, *Ekonomichnyj forum*, № 3, s. 139-144.

14. Pro sil's'kohospodars'kyj perezpyt : Zakon Ukrainy vid 23 veresnia 2008 roku № 575-VI : chynne zakonodavstvo stanom na 19 hrudnia 2019 roku : ofitsijnyj tekst, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/575-17>.

15. Nahajchuk, N. H. (2014), Utochnennia zmistu poniattia "Finansy domohospodarstv" u rozrizi navchal'noi dystsypliny "Finansy", *Finansovyj prostir*, № 2, s. 100-105.

16. Poltorak, A. S. and Zajko, A. O. (2018), Metodolohichni zasady systematyzatsii finansovoi bezpeky derzhavy, *Ahrosvit*, № 21, s. 65-71.

17. Starodubov O. Mihratsijna kryza – mashtab, ekonomichni naslidky i shliakhy podolannia, available at: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/08/2/7361562/>.

18. Ofitsijna storinka Ministerstva finansiv Ukrainy, available at: <https://www.facebook.com/minfin.gov.ua>.

19. All PRO pennies: internet portal, Assess the financial literacy of Ukrainians (2019), available at: <http://vseprogroshi.com.ua/ocinit-finansovu-gramotnist-ukrayinciv.html>.

Стаття надійшла до редакції 12 червня 2023 року

УДК 657.1

Кундря-Висоцька О. П.,

kundrya-vysotska@ukr.net; ORCID ID: 0000-0001-9760-9266,

к.е.н., проф., професор кафедри облікових технологій та оподаткування, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Демко І. І.,

iruna.demko@ukr.net; ORCID ID: 0000-0002-2186-1876,

к.е.н., доц., доцент кафедри облікових технологій та оподаткування, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

Вагнер І. М.,

vim280707@meta.ua; ORCID ID: 0000-0003-4928-4772,

к.е.н., доц., доцент кафедри облікових технологій та оподаткування, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів

СУЧАСНІ НАРАТИВИ ПРО БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК ЯК ІНСТРУМЕНТ УЗГОДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ УЧАСНИКІВ БІЗНЕСУ

***Анотація.** Метою статті є висвітлення особливого значення бухгалтерського обліку як інструменту економіко-правового узгодження економічних інтересів учасників бізнесу за умов його динамічного розвитку на основі сформованих наративів. У процесі дослідження передумов використання наративного підходу, виокремлення сторін (учасників) економічних інтересів використовувалися загальнонаукові методичні прийоми, зокрема індукції та дедукції. Структурно-логічний та семантичний аналіз – для уточнення ризиків, пов'язаних із реалізацією сучасної стратегії управління, що, відповідно, моделює систему інтересів учасників економічних взаєморозрахунків, а також можливого негативного впливу на практику їх реалізації. Групування та класифікації – для обґрунтування критеріїв виокремлення різновидів теорій інтересів з метою визначення протиставлення інтересів учасників та, відповідно, їх гармонізації. Інформаційну базу дослідження становлять праці вітчизняних та зарубіжних учених із питань впливу методології бухгалтерського обліку на узгодження інтересів учасників бізнесу, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, результати особистого досвіду та спостережень. Результати дослідження доводять, що наративи дослідження за визначеною метою мають широкі можливості задавати порядок, організацію та бажану узгодженість економічних інтересів, змінювати та коригувати їх за рахунок гнучкості та відкритості облікової методології. Проаналізовано рівні економічних взаємовідносин та відповідне їм функціональне завантаження обліку як інструменту узгодження інформаційних інтересів усіх учасників суспільно-економічних відносин, а також вплив сучасних концепцій розвитку облікової системи на основі сталого розвитку та діджиталізації. Сформульовано висновок, що сучасні наративи про значення динамічних змін (оновлень) облікової методології під впливом зростаючих інформаційних запитів фокусуються на створення довгострокової цінності бізнесу на принципах прозорості, ефективно ділової етики для усіх учасників економічних взаємовідносин.*

Ключові слова: наратив, бухгалтерський облік, економічні інтереси, учасники бізнесу, методологія сучасного обліку.

Kundrya-Vysotska O. P.,

kundrya-vysotska@ukr.net; ORCID ID: 0000-0001-9760-9266

Ph. D., Professor, Professor of the Department of Accounting Technologies and Taxation, Lviv Ivan Franko National University, Lviv

Demko I. I.,

iruna.demko@ukr.net; ORCID ID: 0000-0002-2186-1876

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting Technologies and Taxation, Lviv Ivan Franko National University, Lviv

Vagner I. M.,

vim280707@meta.ua; ORCID ID: 0000-0003-4928-4772

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting Technologies and Taxation, Lviv Ivan Franko National University, Lviv

CONTEMPORARY NARRATIVES ABOUT ACCOUNTING AS A TOOL OF COORDINATION OF ECONOMIC INTERESTS OF BUSINESS PARTICIPANTS

Abstract. *The purpose of the article is to highlight the special importance of accounting as a tool for economic and legal coordination of the economic interests of business participants under the conditions of the dynamic development based on formed narratives. In the process of the research the prerequisites for using the narrative approach, identifying the parties (participants) of economic interests, general scientific methodological techniques were used, in particular induction and deduction. Structural-logical and semantic analysis were used to clarify the risks associated with the implementation of a modern management strategy, which, accordingly, models the system of interests of the participants of economic mutual calculations, as well as the possible negative impact on the practice of their implementation. Grouping and classification - to justify the criteria for distinguishing varieties of interest theories in order to determine the opposing interests of the participants and, accordingly, their harmonization. The information base of the research is made up of the works of local and foreign scientists concerning the impact of accounting methodology on the coordination of interests of business participants, materials of international scientific and practical conferences, results of personal experience and observations. The results of the study prove that research narratives for a defined purpose have wide opportunities to set the order, organization and desired coherence of economic interests, to change and adjust them due to the flexibility and openness of the accounting methodology. The levels of economic relationships and the corresponding functional loading of accounting as a tool of coordinating the informational interests of all participants in socio-economic relations, as well as the influence of modern concepts of the development of the accounting system based on sustainable development and digitalization, are analyzed. It is concluded that modern narratives about the importance of dynamic changes (updates) of accounting methodology under the influence of growing information requests focus on creating long-term business value based on the principles of transparency, effective business ethics for all participants in economic relations.*

Key words: narrative, accounting, economic interests, business participants, modern accounting methodology.

JEL Classification: M41

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-08>

Постановка проблеми. Сучасні суспільно-економічні відносини неможливо уявити без бухгалтерського обліку як інструменту, що системно інтерпретує усі явища та події бізнесу. Будь-яка вихідна інформація є продуктом функціонування облікової системи. Відтак методологія бухгалтерського обліку є особливим об'єктом у контексті узгодження економічних інтересів історично, а особливо у сучасних умовах функціонування бізнесу. Погоджуємося з думкою В. В. Євдокимова, який влучно зазначає, що «важливість бухгалтерського обліку обумовлена тим, що він є унікальним, єдиним у своєму роді і суспільно визнаним методичним інструментом економіко-правового узгодження економічних інтересів всіх учасників бізнесу на рівні держави» [1, 36]. Саме тому, беручи до уваги особливу значимість обліку за умов динамічної глобалізації та інформатизації суспільства, що мають визначальний вплив на усі галузі та сфери діяльності, важливо паралельно досліджувати його констатуючу та репрезентативну роль, якщо йдеться про результати діяльності суб'єктів господарювання. Виходимо з того, що під впливом розвитку суспільства, бізнесу розвивається і

бухгалтерський облік як суспільний інструмент, що формує єдиний інформаційний простір в економіці. В цьому сенсі важливо досліджувати динаміку його розвитку, оскільки опис, демонстрація та аналітична оцінка закономірностей дають можливість впорядкувати логічний ряд функціональних особливостей сучасного обліку, які можна брати за основу його перспективного розвитку, а також узгодження інтересів усіх учасників бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку та розширення предметної площини бухгалтерського обліку постійно знаходилась і є в центрі уваги вчених у цій галузі, серед яких Ф. Бугинець, С. Голов, М. Дем'яненко, В. Євдокимов, Г. Кірейцев, Л. Кіндрацька, В. Жук, А. Кузьмінський, М. Кужельний, О. Лаговська, С. Легенчук, Є. Мних, В. Сопко, М. Чумаченко та багато інших. Кожен із дослідників зробив вагомий внесок у розвиток методології бухгалтерського обліку.

Опираючись на результати, новизна даного об'єкта дослідження потенційно потребує обґрунтування на предмет тенденційних змін під впливом зростання учасників суспільно-економічних інтересів та розширення їх інтересів, що, безумовно,

має вплив як на розвиток облікової системи та бізнесу, так і забезпечення порозуміння та керованості інтересів усіх сторін.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення особливого значення бухгалтерського обліку як інструменту економіко-правового узгодження економічних інтересів учасників бізнесу за умов його динамічного розвитку на основі сформованих наративів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Властиво, беручи за основу таку логіку дослідження, на нашу думку, виправданим є наративний підхід, оскільки історично питання розвитку бухгалтерського обліку як інструменту узгодження економічних інтересів висвітлюються доволі великою кількістю вчених, дослідників та практиків у цій сфері, кожен із яких керувався і керується своєю принциповою наративністю дослідження, вибудовуючи назагал структуровану сукупність цінної інформації для зацікавлених користувачів. Безумовно, у багатьох чи у переважній частині дослідження перекликаються, в силу чого напрацьовуються інформаційні масиви, виокреслюються аналогії, вибудовуються теорії.

На предмет доцільності наративного підходу в основі наукових досліджень розвитку бухгалтерського обліку наведемо тезу [2]: “Наратив має широкі можливості задавати порядок, організацію, узгодженість людському досвіду, а головне змінювати їх при зміні досвіду за рахунок гнучкості та відкритості своєї структури і різноманіття своїх функцій”. Саме “гнучкість та відкритість” бухгалтерського обліку – принципова основа для його удосконалення та розвитку під впливом зростаючих інформаційних запитів та стрімкого розвитку

економічних відносин. Відповідно, спектр економічних відносин у сучасному суспільстві, узгодження економічних інтересів учасників цих відносин практично є методологічною площиною розширення предмета бухгалтерського обліку. Необхідно зазначити, що на кожному рівні економічних відносин, будучи інструментом їх інтерпретації, облік має свої особливості (рис. 1).

Як бачимо, на усіх рівнях економічних взаємовідносин облік як інформаційна система продукує закінчений інформаційний продукт під конкретні цілі управління. Безумовно, така інформація нічого нового не несе. Проте важливим у цьому сенсі є функціональне завантаження обліку як інструменту узгодження інформаційних інтересів усіх учасників суспільно-економічних відносин. І тут важливо зауважити, що облік, маючи у своїй основі чіткий алгоритм функціонування, на практиці екстраполює варіативність методології саме з метою забезпечення інформаційних запитів. У цьому випадку погоджуємося з авторами [3]: “Бухгалтерський облік та економічний аналіз, маючи свій предмет, об’єкти та метод, повинні вписуватись в обрану на підприємстві стратегію управління, що будується на базі відповідної теорії управління”. Отож, стратегія управління має суттєвий вплив на організацію обліку на конкретному підприємстві, що, відповідно, моделює систему інтересів відповідних користувачів. У цьому сенсі доцільно зазначити: у ХХ столітті вченими напрацьовано ряд теорій відносно проблеми узгодження інтересів зацікавлених користувачів, які сьогодні є основою побудови корпоративної етики ведення бізнесу у контексті узгодження економічних інтересів усіх учасників (табл. 1).

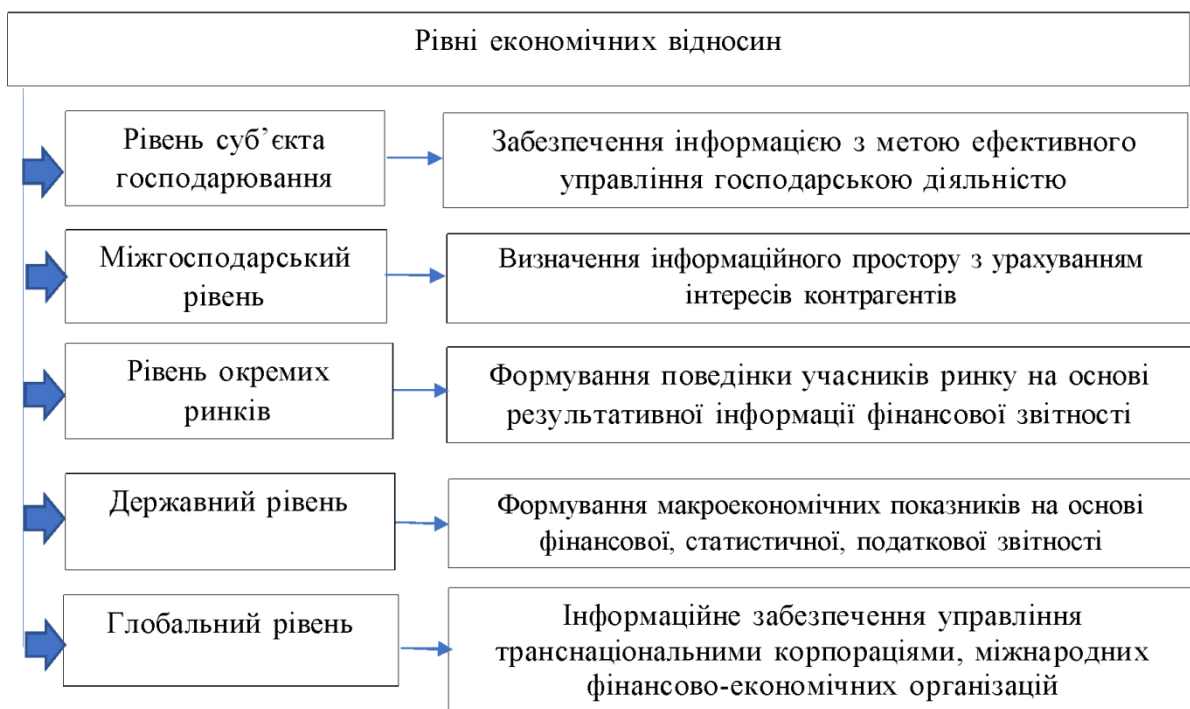


Рис. 1. Функціональне завантаження бухгалтерського обліку на усіх рівнях економічних відносин

Теорії управління у контексті визначення економічних інтересів

Теорія	Автори
Теорія заінтересованих осіб, теорія інтересів (stakeholders theory)	І. Ансофф, 1965 р.
Контрактна теорія (contract theory)	Ч. Бернард, Г. Сімон, 1937 р.
Агентська теорія (agency theory)	А. Берле, Дж. Мінза, 30-ті рр. XX ст.

Джерело: сформовано на основі 4

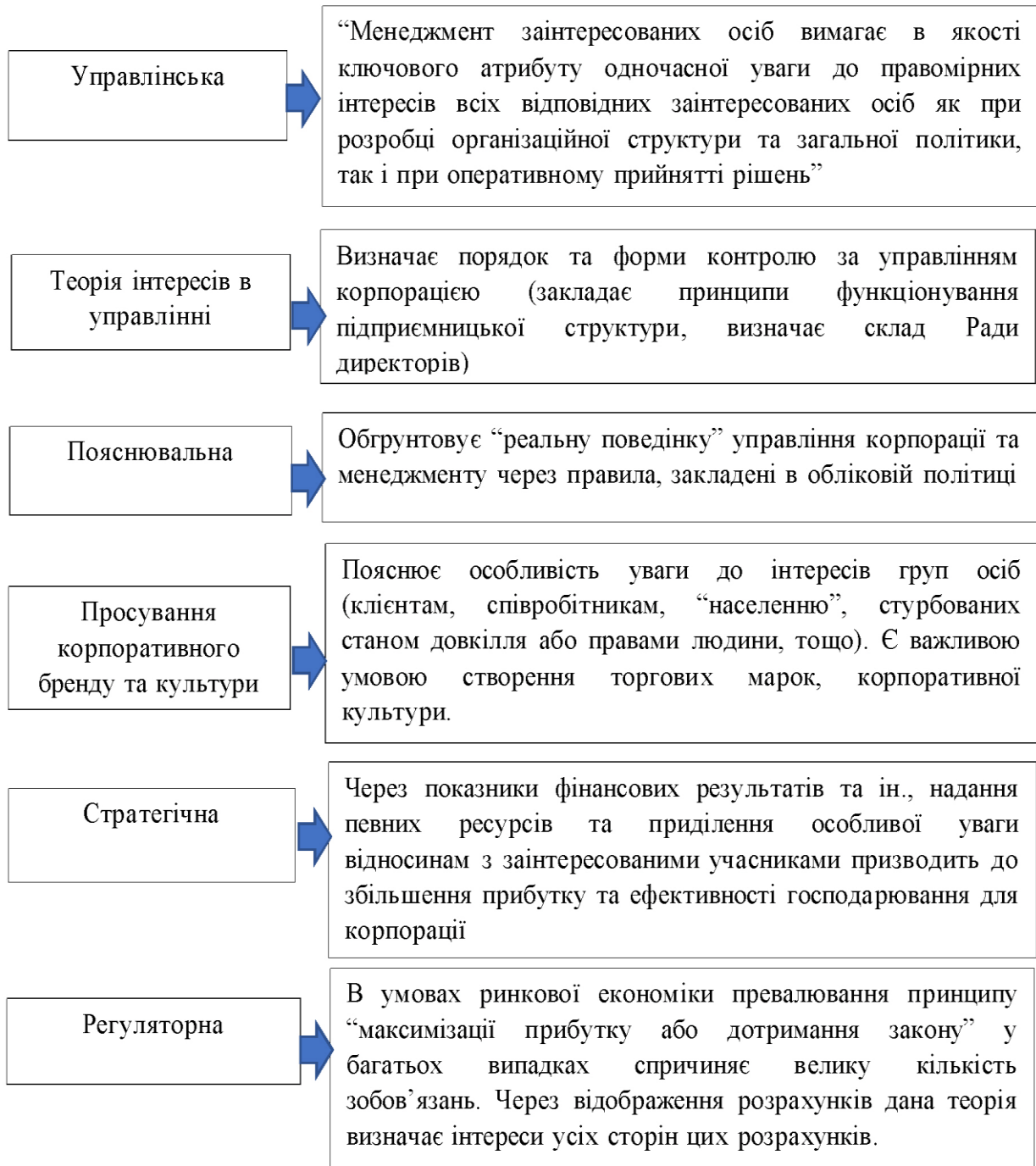


Рис. 2. Характеристика теорій “врахування інтересів зацікавлених сторін”, Дж. Хіт та В. Норман

Джерело: сформовано на основі 5

Так, за теорією інтересів, теорією заінтересованих осіб (stakeholders theory), уперше обґрунтовано ще у 1965 році автором І. Ансофф, виокремлено групи користувачів корпоративного бізнесу, корпорації транснаціонального типу, у зв'язку з чим Комітет з управління стандартами бухгалтерського обліку Великої Британії підготував проект документа, відповідно до якого всі корпорації зобов'язувалися надавати регулярні звіти не лише власникам та державним органам, а всім заінтересованим особам (групам осіб), дотримання інтересів яких у тому чи іншому ступені залежить від діяльності компанії [4]. Автор теорії виходив із того, що успішний розвиток бізнесу є чітко залежним від задоволення інтересів не лише акціонерів (власників), а й усіх заінтересованих осіб у "полі діяльності" бізнесу.

На початку XXI ст. століття Дж. Хіт та В. Норман [5] сформуvalи власну класифікацію з уже напрацьованих теорій. Предметом класифікації різновидів теорій інтересів визначено саме протиставлення інтересів відповідних учасників та їх гармонізацію. Наведемо основні з них (рис. 2).

Аналізуючи предметну площину цієї та інших теорій, можемо констатувати їх актуальність у сучасному вітчизняному як корпоративному, так і у малому бізнесі, оскільки сьогодні соціальна компонента підприємницької діяльності набула особливого значення у контексті врахування суспільних інтересів широкого кола зацікавлених осіб.

Слід зауважити, що за останні десятиріччя напрацьовано масиви досліджень, які дають можливість формувати стандарти етичних принципів, виокреслювати інструменти ділової етики сучасного бізнесу. Одним із прикладів результативності таких досліджень стало прийняття так званої Декларації Ко – "Принципи бізнесу" у 1994 р. у швейцарському місті Ко [6]. Важливі правила ведення бізнесу, задекларовані у цьому документі, показано на рис. 3.

Аналіз масивів напрацьованих стосовно розвитку системи взаємовідносин у економічних відносинах дає можливість зробити висновок, що сучасний бізнес у своїй підприємницькій діяльності керується соціально-орієнтованим вектором розвитку, продиктованим об'єктивними та суб'єктивними обставинами, які, у свою чергу, зумовлюють системне дослідження соціального життя підприємства, суспільства в цілому, екологічної безпеки [8].

Іншими словами, такий вектор розвитку сьогодні характеризується трьохвимірністю у контексті економічного, соціального та екологічного розвитку. В обліковій практиці і науці, які керуються "практичним орієнтиром", сформувалася концепція сталого розвитку (англ. sustainable development), яка, власне, передбачає дотримання балансу та рівноваги між ефектом бізнесу та задоволенням потреб людства сьогодні та майбутніх поколінь у безпечному, соціально розвинутому та екологічно чистому довіллі. Це, безумовно, вимагає напрацьовання відповідного наукового контенту облікової методології.

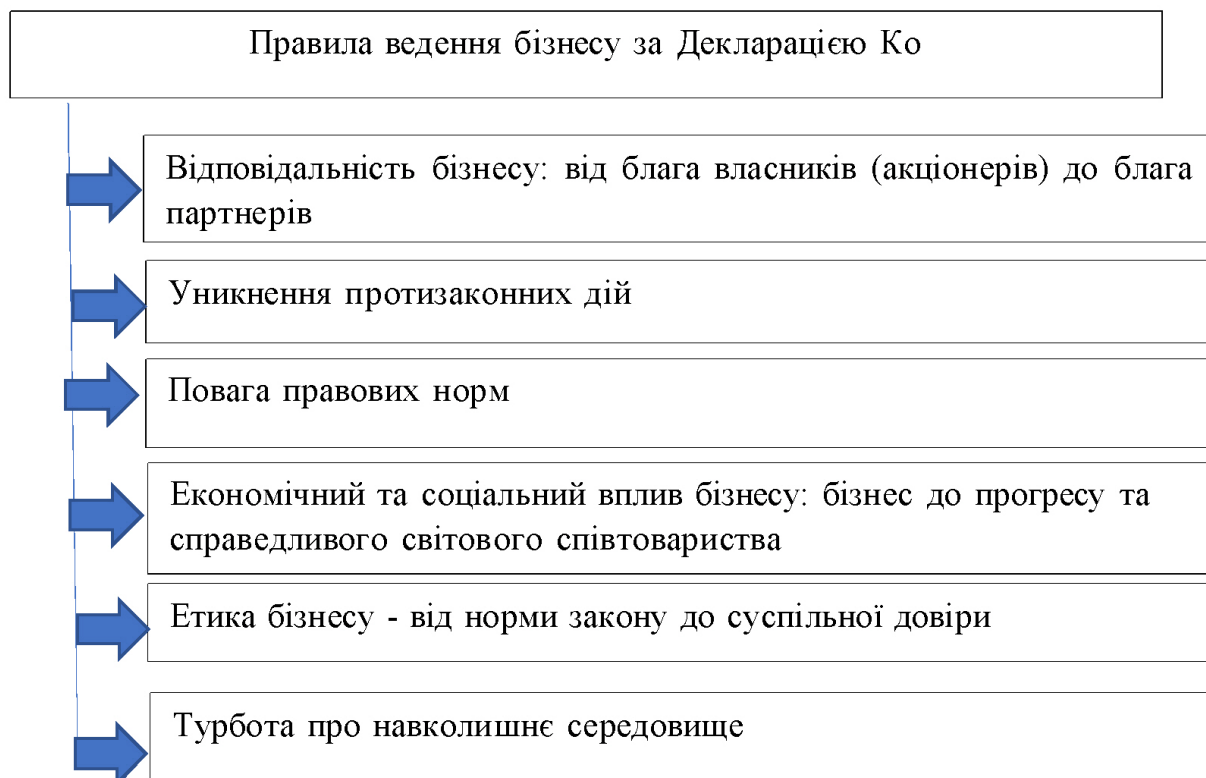


Рис. 3. Принципи бізнесу за Декларацією Ко

Джерело: сформовано на основі 6

Відзначимо, що стратегію сталого розвитку проголошено на Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку (1992 р). Концепція сталого розвитку набула свого сформованого вигляду у 2015 р. на Саміті ООН зі сталого розвитку, на якому було схвалено загальну програму, що містить 17 цілей сталого розвитку, яких світ має досягти до 2030 року [9].

Україна, як і країни-учасники ООН, приєдналася до процесу забезпечення сталого розвитку. Відповідно, у 2017 році Міністерством економіки було підготовлено 86 завдань [10]. Що стосується “адаптації” облікової системи до нових умов функціонування бізнесу у контексті виокреслених напрямів (економічний, соціальний, екологічний), що торкаються практично усіх учасників економічних відносин, то її методологію розширив формат інтегрованої звітності. Інтегрована звітність презентує бізнес на предмет якісних тенденцій його розвитку, що має принести “трюхвимірну вигоду” як для самого бізнесу, усіх його учасників, так і суспільства загалом (рис. 4).

Такий формат реалізації політики сталого розвитку сучасного підприємства є доволі позитивним інструментом створення “нової вартості” у контексті зацікавленості інвесторів. Предметне наповнення інтегрованої звітності відіграє велике значення у вирішенні різноманітних екологічних і соціальних проблем, а тому її можна вважати інструментом верифікації концепції сталого розвитку, а також інструментом “влягодження” інтересів усіх учасників суспільно-економічних відносин.

Водночас слід зауважити, що наративи стосовно концепції сталого розвитку на сьогодні, окрім позитивного сприйняття та адаптації, мають і негативні прийняття, що пов’язано, на нашу думку, з відсутністю конкретики у рішеннях.

Також недостатньо напрацьована поки що теоретична та практична база, що ускладнює процес реалізації поставлених цілей. Пандемія та війна, безумовно, спричинили великий негативний вплив у сенсі розвитку концепції сталого розвитку в Україні, а, відповідно, її імплементації в облікову методологію. Попри все, на нашу думку, цей процес незворотний, оскільки збалансування економічного, соціального та екологічного розвитку у бізнесі і у суспільстві загалом вже зараз стає надважливим завданням. І сьогодні можна констатувати формування системи стратегічних комунікацій. Це “новий рівень” суспільно-економічних відносин, у яких концепція сталого розвитку, а також сама система бухгалтерського обліку стають методологічною основою регулювання та узгодження таких інтересів. Властиво, такий вектор розвитку “вляштовує” усіх учасників.

Як логічне продовження наративу стосовно розвитку сучасного обліку у контексті узгодження інтересів усіх учасників бізнесу важливо проаналізувати процеси діджиталізації. У цьому сенсі важливо виокреслити два напрями: автоматизація облікових процесів з метою підвищення ефективності та продуктивності облікових фахівців та системне перенесення облікових процедур у цифровий простір (хмарну бухгалтерію). Розглянемо, коли і для яких учасників бізнесу діджитал-процеси є актуальними і незамінними (рис. 5).

Отож, “хмари” в обліку корисні для всіх учасників бізнесу. Так, для власників – це економія витрат на обладнання та його обслуговування. Для менеджменту – отримання необхідної інформації у будь-який час доби та з будь-якого місця розташування.

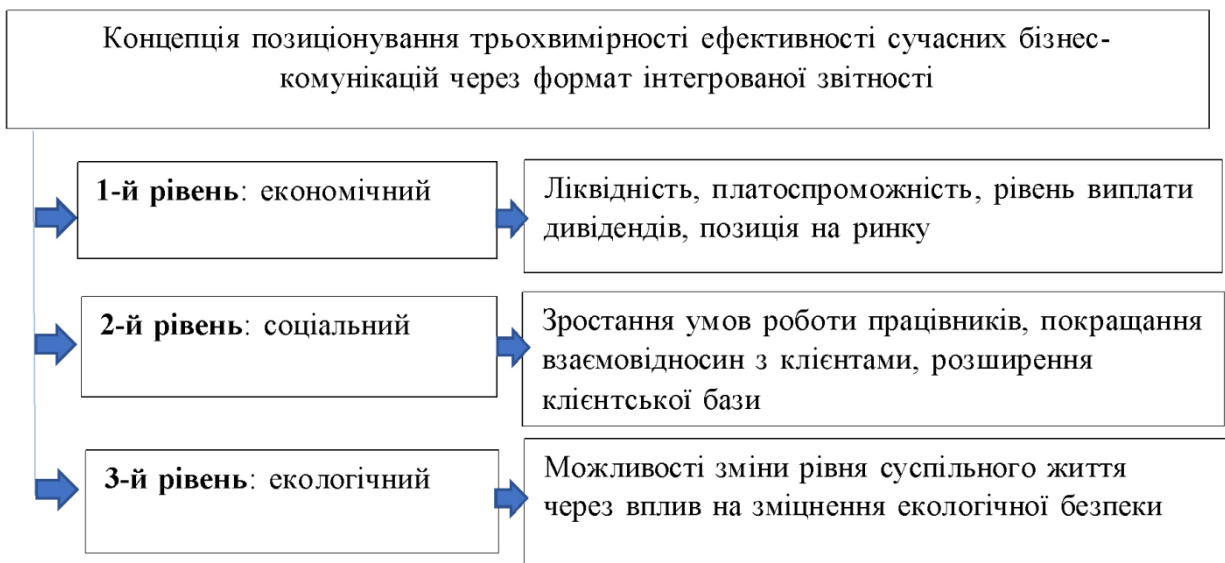


Рис. 4. Трюхрівнева презентація принципів сучасних бізнес-комунікацій [8]

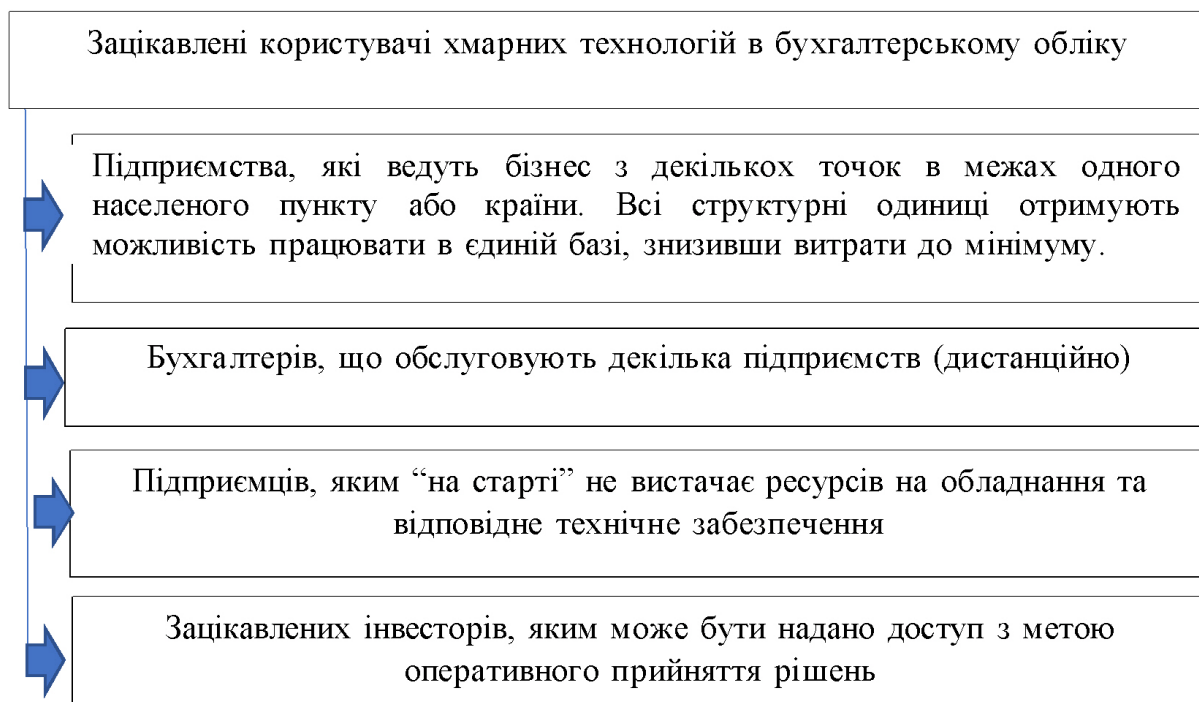


Рис. 5. Зацікавлені користувачі хмарних технологій у бухгалтерському обліку

Джерело: сформовано на основі [1]

Таким чином, бухгалтерський облік як інформаційна система, що “продукує інформаційний ресурс” для усіх учасників та зацікавлених сторін бізнесу, фокусує свою предметну площину на задоволенні інтересів усіх користувачів, у тому числі завдяки використанню усіх можливих діджитал-інструментів.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Підсумовуючи, слід зауважити, що в умовах економічних, соціальних та екологічних криз локального та глобального характеру саме бухгалтерський облік є унікальним інструментом порозуміння та керуваності, забезпечення інтересів усіх учасників (зацікавлених сторін).

Саме нарративний підхід дослідження цих питань дозволяє спостерігати, аналізувати та виокреслювати розширення предметної площини сучасного бухгалтерського обліку, осьовим контентним елементом якого є розвиток (розширення) інтересів користувачів. Наратив у цьому випадку як мережа причинно-наслідкових зв'язків, що розкривають послідовність розвитку, дає можливість констатувати логічний ряд удосконалення методологічного інструментарію саме під впливом інформаційних запитів.

Перспектива подальших досліджень вбачається у розширенні напрацювань стосовно динамічного впливу інформаційних запитів на розширення методології сучасного бухгалтерського обліку з метою виокреслення підходів, стратегічних нарративів стосовно оновлення (удосконалення) методичних

інструментів, що оптимізують систему суспільно-економічних інтересів усіх учасників сучасного бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Євдокимов В. В. Адаптивна модель інтегрованої системи бухгалтерського обліку : монографія. Житомир : ЖДТУ, 2010. 516 с.
2. Афанасьєв О. І., Василенко І. Л. Функції нарративу в науковому тексті. URL: <https://www.sworld.com.ua/simpoz5/20.pdf>
3. Жиглей І. В., Кузь В. І., Лаговська О. А., Олійник О. В. Розвиток бухгалтерського обліку в контексті узгодження антагоністичних інтересів груп заінтересованих осіб : монографія. Чернівці, 2012. С. 6.
4. Ansoff I. Corporate strategy. New York: McGraw-Hill, 1965. URL: [https://www.scirp.org/\(S\(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1654337](https://www.scirp.org/(S(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1654337)
5. Heath J. Stakeholder Theory, Corporate Governance and Public Management. What can the history of state-run enterprises teach us in the post-Enron era? *Journal of Business Ethics*. 2004. № 53. P. 247-265.
6. Романовський О. Г. Ділова етика : навч. посібник. Харків : НТУ “ХПІ”, 2006. 364 с.
7. Donaldson T., Preston L. A Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications / *Academy of Management Review*. 1995. № 20/1. P. 67.

8. Кундря-Висоцька О. П., Демко І. І., Вагнер І. М. Інтегрована звітність як інструмент ділової етики сучасних бізнес-комунікацій. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції "Розвиток банківських систем світу в умовах глобалізації фінансових ринків"*. Черкаси, 2021. С. 196-199.

9. Концепція сталого розвитку та її значення. URL: <https://naurok.com.ua/tema-koncepciya-stalogo-rozvitku-ta-znachennya-159298.html>.

10. Вальд Б. Сталий розвиток, чому це важливо. URL: <https://ucap.io/stalyj-rozvytok-shho-czechomu-cze-vazhlyvo-ta-do-chogo-tut-ukrayina/>.

11. Кундря-Висоцька О. П. Характеристика методологічної конструкції: "Бізнес-модель – облікова система". *Збірник тез міжнародної науково-практичної конференції "Тренди розвитку менеджменту, фінансів та бізнес-технологій в умовах формування сучасних економіки та суспільства"*, 30 листопада 2022. С. 284-286.

REFERENCES

1. Yevdokymov, V. V. (2010), *Adaptyvna model' intehrovanoi systemy bukhhalters'koho obliku : monohrafiia*, ZhDTU, Zhytomyr, 516 s.

2. Afanas'iev, O. I. and Vasylenko, I. L. *Funktsii naratyvu v naukovomu teksti*, available at: <https://www.sworld.com.ua/simpoz5/20.pdf>.

3. Zhyhlej, I. V. Kuz', V. I. Lahovs'ka, O. A. and Olijnyk, O. V. (2012), *Rozvytok bukhhalters'koho obliku v konteksti uzgodzhennia antahonistychnykh interesiv hrup zainteresovanykh osib : monohrafiia*. Chernivtsi. S. 6.

4. Ansoff I. (1965), *Corporate strategy*. McGraw-Hill, New York, available at:

[https://www.scirp.org/\(S\(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1654337](https://www.scirp.org/(S(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=1654337).

5. Heath J. (2004), *Stakeholder Theory, Corporate Governance and Public Management*. What can the history of state-run enterprises teach us in the post-Enron era? *Journal of Business Ethics*, № 53, r. 247-265.

6. Romanovs'kyj, O. H. (2006), *Dilova etyka : navch. posibnyk*, NTU "KhPI", Kharkiv, 364 s.

7. Donaldson T. and Preston L. (1995), *A Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications* / *Academy of Management Review*, № 20/1, p. 67.

8. Kundria-Vysots'ka, O. P. Demko, I. I. and Vahner, I. M. (2021), *Intehrovana zvitnist' iak instrumentu dilovoi etyky suchasnykh biznes-komunikatsij, Materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii "Rozvytok bankiv'skykh system svitu v umovakh hlobalizatsii finansovykh rynkiv"*. Cherkasy. S. 196-199.

9. *Kontseptsiiia staloho rozvytku ta ii znachennia*, available at: <https://naurok.com.ua/tema-koncepciya-stalogo-rozvitku-ta-znachennya-159298.html>.

10. Val'd B. *Stalyj rozvytok, chomu tse vazhlyvo*, available at: <https://ucap.io/stalyj-rozvytok-shho-czechomu-cze-vazhlyvo-ta-do-chogo-tut-ukrayina/>.

11. Kundria-Vysots'ka, O. P. *Kharakterystyka metodolohichnoi konstruksii: "Biznes-model' – oblikova systema"*, *Zbirnyk tez mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii "Trendy rozvytku menedzhmentu, finansiv ta biznes-tekhnologij v umovakh formuvannia suchasnykh ekonomiky ta suspil'stva"*, 30 lystopada 2022. S. 284-286.

Стаття надійшла до редакції 14 липня 2023 року

УДК 351.9:351.86:355](477)

Скаска О. І.,
skasko72@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7746-0801,
д. е. н., професор кафедри обліку та аналізу, Національний університет “Львівська політехніка”,
м. Львів

Галій В. І.,
galiyv2008_2010@ukr.net, ORCID ID: 000900065770262X,
Старший викладач циклової комісії із загальновійськових дисциплін,
Військовий коледж сержантського складу Національної академії Сухопутних військ імені Петра
Сагайдачного, м. Львів

ГРОМАДСЬКИЙ КОНТРОЛЬ ГУМАНІТАРНОЇ ДОПОМОГИ У СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ Й ОБОРОНИ

***Анотація.** Проаналізовано значення громадського контролю для ефективної взаємодії суб'єктів сектору безпеки й оборони з інститутами громадянського суспільства, розуміння важливості громадського контролю як складової демократичного цивільного контролю в сучасних умовах. Результатом взаємодії громадськості і сектору безпеки й оборони є підвищення якості і спроможності силових структур щодо виконання своїх завдань та підвищення довіри суспільства до сектору безпеки й оборони. Розкрито основні складові громадського контролю гуманітарної допомоги в умовах повномасштабної війни Російської Федерації (далі - РФ) проти України, обґрунтовано значення ефективного використання гуманітарної допомоги для перемоги Збройних Сил України у війні з РФ, оскільки ефективна взаємодія між сектором безпеки та оборони і громадськістю має наступні позитивні сторони для сектору безпеки: створення механізму незалежного моніторингу щодо забезпечення військових потреб; підвищення соціального захисту військовослужбовців; запобігання корупції; популяризація позитивних практик і дій військового керівництва. Розкрито основні завдання, які постають перед суб'єктами громадського контролю, серед яких виокремлено наступні: контроль за дотриманням чинного законодавства; контроль обґрунтованості та відповідності чинному законодавству управлінських рішень; контроль дотримання заборон і обмежень, визначених законодавством; контроль належного використання матеріальних, фінансових та інших ресурсів. Досліджено законодавчо-нормативне регулювання ввезення гуманітарної допомоги в умовах воєнного стану, декларування, митне оформлення зазначених товарів та процедуру ввезення волонтерськими організаціями для потреб збройних сил. Виокремлено окремі проблеми використання гуманітарної допомоги громадськими організаціями, зловживання ними при ввезенні і цільовому використанні.*

Ключові слова: громадський контроль, інститути громадянського суспільства, гуманітарна допомога, національна безпека та оборона, товари військового призначення, товари подвійного використання, волонтерські організації.

Skasko O. I.,
skasko72@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7746-0801,
Doctor of Economics, Professor of the Department of Accounting and Analysis,
“Lviv Polytechnic” National University, Lviv

Galii V. I.,
galiyv2008_2010@ukr.net, ORCID ID: 000900065770262X,
Senior Teacher of the Cycle Commission for General Military Disciplines, Sergeant's Military College of the
Hetman Petro Sahaidachnyi National Ground Forces Academy, Lviv

PUBLIC CONTROL OF HUMANITARIAN AID IN THE FIELD OF NATIONAL SECURITY AND DEFENSE

Abstract. The importance of public control for the effective interaction of security and defense sector subjects with institutions of civil society, the understanding of the importance of public control as a component of democratic civil control in modern conditions is analyzed. The result of the interaction between the public and the security and defense sector is an increase in the quality and capacity of law enforcement agencies to fulfill their tasks and increase public

trust in the security and defense sector. The main components of public control of humanitarian aid in the conditions of a full-scale war of the Russian Federation against Ukraine are revealed, the importance of the effective use of humanitarian aid for the victory of the Armed Forces of Ukraine in the war with the Russian Federation is substantiated, since effective interaction between the security and defense sector and the public has the following positive aspects for the security sector: creation of an independent monitoring mechanism for ensuring military needs; increasing social protection of military personnel; prevention of corruption; promoting of positive practices and actions of the military leadership. The main tasks facing the subjects of public control have been revealed, among which the following are highlighted: control over compliance with current legislation; control of the validity and compliance with current legislation of managerial decisions; control of compliance with prohibitions and restrictions defined by legislation; control of proper use of material, financial and other resources. The legislative and regulatory framework of the importation of humanitarian aid in conditions of martial law, declaration, customs clearance of the specified goods and the procedure of importation by volunteer organizations for the needs of the armed forces were studied. Separate problems of the use of humanitarian aid by public organizations as well as abusing them during importation and targeted use are highlighted.

Key words: public control, civil society institutions, humanitarian aid, national security and defense, military goods, dual-use goods, volunteer organizations.

JEL Classification: H56, M19

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-09>

Постановка проблеми. Повномасштабна агресія РФ проти України, розпочата 24 лютого 2022 року, засвідчила величезні загрози національній безпеці України, привела до усвідомлення важливості взаємодії Збройних Сил України з громадянським суспільством. Взаємодія Збройних Сил України з волонтерськими організаціями, розпочата в 2014 році, показала позитивні сторони вирішення окремих проблем ЗСУ із їх допомогою. З часом проблема функціонування волонтерських (громадських) організацій набула суттєвого корупційного характеру. Її суть полягає в тому, що волонтерські організації ввозять гуманітарну допомогу, не сплачуючи митних платежів по гарантійним листам. Після ввезення цю допомогу реалізують у торгових мережах, а після документальної перевірки державних органів цієї громадської організації здійснюють заходи з її ліквідації. Тобто неналагодженість системи ввезення та контролю гуманітарної допомоги наносить суттєві втрати боєздатності вітчизняних збройних сил і бюджету. Існує і ряд інших проблем у цій сфері взаємовідносин.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання формування системи громадського контролю досліджували такі науковці, як: В. Бакуменко, М. Бублій, С. Динисюк та інші

Проблему громадського контролю як важливого чинника демократизації суспільства в своїх працях вивчали О. Батанов, С. Телешун, А. Ткачук та інші. Деякі науковці досліджували питання кримінально-правової оцінки незаконного використання гуманітарної допомоги, зокрема це О. Марін, І. Хавронюк та інші.

Постановка завдання. Ключовою метою статті є дослідження й аналіз законодавчих засад із контролю державних інституцій та водночас громадських організацій по поступленню та розподілу гуманітарної допомоги в Україну.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Ступінь взаємодії громадянського суспільства з силовими структурами держави свідчить про рівень демократизації суспільства. Взаємодія громадянського суспільства з органами безпеки й оборони у сфері матеріального-технічного, психологічного та культурно-просвітницького напрямів повинна сприйматися дуже позитивно, як ознака достатньо розвинутого громадського сектору в державі. З іншого боку, це може бути виявом недостатнього рівня забезпечення державою всіх необхідних умов ефективного функціонування сектору безпеки та оборони. Ситуація тісної взаємодії між ЗСУ зокрема і громадськістю, склалася, починаючи з 2014 року, і зберігається до сьогодні в умовах повномасштабної війни РФ проти України, коли під загрозою поставлено саме існування держави. Справжню боєздатність і ефективність сектору безпеки й оборони не можна забезпечити з допомогою волонтерського руху, її повинна забезпечувати держава [1, с. 9].

Взаємодія громадськості з сектором безпеки та оборони охоплює широке коло проблем:

- характер ставлення населення до сектору безпеки та оборони (рівень довіри, ступінь впевненості у здатності захистити суспільство і державу);
- наявність демократичного контролю з боку інститутів громадянського суспільства;
- престиж військової служби та професії військовослужбовця;
- моральна готовність населення до захисту своєї Вітчизни і підтримка збройних сил;
- готовність суспільства на матеріальні витрати щодо утримання та забезпечення нормального функціонування сектору безпеки та оборони тощо [1, с. 9].

Відповідно до ст. 17 Конституції України “Захист суверенітету і територіальної цілісності України, забезпечення її економічної та інформаційної

безпеки є найважливішими функціями держави, справою всього Українського народу”.

Оборона України, захист її суверенітету, територіальної цілісності і недоторканності покладаються на Збройні Сили України. Забезпечення державної безпеки і захист державного кордону України покладаються на відповідні військові формування та правоохоронні органи держави, організація і порядок діяльності яких визначаються законом [4].

Саме це положення Конституції України об'єднує громадянське суспільство і сектор безпеки й оборони, саме на цьому повинна ґрунтуватися взаємодія сектору безпеки та оборони з громадянським суспільством.

Ефективна взаємодія між сектором безпеки та оборони і громадськістю має позитивні сторони для сектору безпеки. Вона проявляється у:

- створенні механізму незалежного моніторингу щодо забезпечення військових потреб;
- підвищенні соціального захисту військовослужбовців;
- запобіганні корупції;
- популяризації позитивних практик і дій військового керівництва.

Тобто громадські організації сприяють виявленню негативних проявів корупції, удосконаленню механізмів управління у військовій практиці тощо. Громадянське суспільство також забезпечує:

- гарантії дотримання прав людини у військових структурах і в суспільстві в цілому;
- контроль за цільовим використанням бюджетних коштів.

Результатом взаємодії громадськості і сектору безпеки й оборони є підвищення якості і спроможності силових структур щодо виконання своїх завдань та підвищення довіри суспільства до сектору безпеки й оборони.

До завдань, які постають перед суб'єктами громадського контролю, належать:

- контроль за дотриманням чинного законодавства;
- контроль обґрунтованості та відповідності чинному законодавству управлінських рішень, ухвалених органами сектору безпеки й оборони;
- контроль за дотриманням прав, свобод та інтересів громадян;
- контроль дотримання заборон і обмежень, визначених законодавством;
- контроль належного використання матеріальних, фінансових та інших ресурсів.

У сучасних умовах актуальним стає громадський контроль за постачанням товарів військового призначення та подвійного використання, автомобільного транспорту, як гуманітарної допомоги. Особливо громадського контролю потребує діяльність волонтерів та волонтерських організацій. Якщо державні інституції реалізовували корупційні схеми по розподілу отриманої гуманітарної допомоги, то волонтерські організації зловживають теж із гуманітарною допомогою, яку вони закуповують та отримують від міжнародних організацій. Суть їх зловживань полягає в тому, що волонтерська організація реєструється на підставу особи і певні

бізнесмени надають їй гроші для закупівлі певних товарів, що ввозяться безмитно по гарантійним листам. Ці товари реалізуються через мережі торгівлі з надприбутками, оскільки митні платежі не сплачувалися. В подальшому ці факти виявляються шляхом співставлення митних документів із підтвердженнями збройних сил, які, звісно, відсутні. Волонтерська організація ліквідується і створюється нова. І знову за цією схемою ввозиться товар. Тому, на нашу думку, слід законодавчо припинити таку фіктивну діяльність.

З початком повномасштабної війни РФ проти України питання гуманітарної допомоги стають достатньо важливими. Зокрема, вже 25 лютого 2022 року Кабінет Міністрів України приймає Постанову № 155 “Про особливості визнання гуманітарною допомогою товарів, необхідних для здійснення заходів із забезпечення національної безпеки і оборони у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України та цивільного захисту населення в умовах введення воєнного стану”, відповідно до якої на час введення воєнного стану необхідно “забезпечити невідкладний пропуск через державний кордон України гуманітарної та технічної допомоги для госпіталів, лікарень, Збройних Сил, Національної гвардії, Сил територіальної оборони та інших утворених відповідно до законів військових формувань, Служби безпеки, Міністерства внутрішніх справ, Державної прикордонної служби, Державної служби з надзвичайних ситуацій, Державної спеціальної служби транспорту, Державної служби спеціального зв'язку.

Декларування та митне оформлення зазначених товарів необхідно здійснювати за місцем перетину митного кордону України шляхом подання товаросупровідних документів без застосування заходів нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності” [7].

Постанова Кабінету Міністрів України від 01.03.2022 № 174 “Деякі питання пропуску гуманітарної допомоги через митний кордон України в умовах воєнного стану” [2] значно спростила порядок ввезення на територію України гуманітарної допомоги, в тому числі тієї, яка використовується для оборони держави, та визначає групи товарів військового призначення та подвійного використання, ввезення яких у складі товарів гуманітарної допомоги може здійснюватися без отримання дозволу, за наявності гарантійного листа кінцевого користувача таких товарів.

До товарів військового призначення та подвійного використання віднесено наступні товари:

- пластини для бронезилетів;
- переносні радіостанції нецивільного призначення;
- безпілотні літальні апарати (квадрокоптери) нецивільного призначення;
- біноклі, монокуляри та інші оптичні труби, магніфери (збільшувачі) нецивільного призначення;
- коліматорні приціли, оптичні приціли нецивільного призначення;
- тепловізори, прилади нічного бачення.

Також визначено вичерпний перелік суб'єктів (кінцевих користувачів), які мають право оформляти гарантійні листи. До них віднесені:

- орган військового управління, визначений Міністерством оборони;
- правоохоронний орган;
- інше військове формування, утворене відповідно до закону;
- Адміністрація Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації чи підпорядкований підрозділ, визначений нею [8].

Кінцеві користувачі ввезених товарів військового призначення та подвійного використання зобов'язані здійснювати:

- ведення обліку отриманих товарів;
- ведення контролю дотримання наданих ними гарантійних зобов'язань;
- інформування не пізніше трьох днів із дня отримання товарів Державної служби експортного контролю про їх отримання (із зазначенням найменування та кількості фактично отриманих товарів). Разом із інформуванням надсилається засвідчена копія раніше оформленого гарантійного листа кінцевого користувача, автором якого може бути лише орган військового управління Міністерства оборони чи інше військове формування.

Гарантійний лист – це особливий діловий некомерційний лист, який містить у собі гарантію, іншими словами, підтвердження виконання яких-небудь дій, оплати або дотримання певних умов: термінів і факту оплати за виконані роботи, поставлену продукцію, надані послуги, гарантію якості та інше. Гарантійний лист є способом забезпечення виконання зобов'язання стороною угоди.

Гарантійний лист потрібно оформити на фірмовому бланку та завірити “мокрою” печаткою.

Бланк гарантійного листа повинен містити такі реквізити:

- номер і дата вихідного документа;
- кому направлено гарантійного листа (адресат) – назва організації та ПІБ посадової особи, якій це адресоване. Зазвичай гарантійний лист складається на ім'я керівника компанії;
- найменування документа – заголовок “Гарантійний лист” писати необов'язково, можна просто вказати тему листа;
- текст листа – тут вказують, які зобов'язання, в якому обсязі і в які терміни організація зобов'язується виконати.

Також у тексті листа адресант вказує свої банківські реквізити, може розмістити посилання на договір, прописати розмір штрафу при порушенні зобов'язань.

24 березня 2022 року Кримінальний кодекс України було доповнено ст. 201-2 “Незаконне використання з метою отримання прибутку гуманітарної допомоги, благодійних пожертв або безоплатної допомоги”, чим встановлена кримінальна відповідальність за незаконне використання гуманітарної допомоги, благодійних пожертв або безоплатної допомоги у значному розмірі (у 2023 році значний розмір складає 469700 грн.).

Негативною стороною цієї ситуації є те, що:

- волонтерська діяльність, побудована на довірі, дискредитується громадськими організаціями, які мають на меті зменшення податкового навантаження;
- порушуються кримінальні справи за ст. 201-2, що приводить лише до припинення діяльності фіктивних волонтерських організацій;
- відбувається зменшення потоку гуманітарної допомоги для ЗСУ.

Висновки і перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Виходячи з того, що повномасштабна війна РФ проти України триває і надалі буде потребувати значних матеріальних, фінансових, людських ресурсів, взаємодія з громадянським суспільством, зокрема в частині поставлення товарів військового призначення та товарів подвійного використання як гуманітарної допомоги для ЗСУ, повинна ставати більш ефективною. Подальшого аналізу та досліджень потребують питання вдосконалення законодавства щодо гуманітарної допомоги, громадських організацій та громадського контролю.

Громадський контроль в Україні розвинений слабо. Причинами цього є нерозуміння його необхідності і сутності посадовими особами держави, її загальне небажання погодитися на первинність інтересів громадянського суспільства стосовно інтересів держави, нерозвиненість громадянського суспільства та слабка його інституційна спроможність для здійснення громадського контролю. Значна частина організацій громадянського суспільства лише імітують громадський контроль, а насправді їхні дії спрямовані на задоволення власних інтересів.

Для зміцнення громадського контролю необхідні кількісне та якісне зростання громадських організацій, підвищення їхньої компетентності, інституційної і ресурсної спроможності, покращення комунікацій, пошук і використання нових технологій контролю, вдосконалення спільних дій. З іншої сторони, доречним є напрацювання механізмів ввезення і контролю гуманітарної допомоги бізнесменами для власного збагачення під егідою волонтерських (громадських) організацій.

Поряд з цим, у разі використання благодійних пожертв не за призначенням можливе й настання цивільно-правової відповідальності.

Так, положеннями ч. 3 ст. 730 ЦК України передбачено, що жертвувач або його правонаступники мають право вимагати розірвання договору про пожертву, якщо жертва використовується не за призначенням. Крім того, самі жертви підлягають поверненню жертвувачу в натурі.

Якщо ви стали свідком використання гуманітарної допомоги, благодійних пожертв чи допомоги не за призначенням, рекомендуємо дотримуватися такого порядку дій:

1. Зафіксуйте факт правопорушення. Якщо ви побачили, що товари, які призначені для благодійних цілей, виставлені для продажу, стали свідком їх розкрадання або неправомірної передачі іншим

особам, проведіть фото- та відеофіксацію, вказавши час та дату вчинення порушення.

2. Просіть надати документи на продукцію. Якщо ви як споживач стали свідком продажу товарів (продуктів), призначених для благодійності, слід просити у продавців такої продукції супровідну документацію для підтвердження законності її продажу. У разі відсутності документів або небажання працівників магазину її надати переходьте до наступного кроку.

3. Зверніться до правоохоронних органів та повідомте про можливе правопорушення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Взаємодія Збройних Сил України з громадянським суспільством : довідник / за заг. ред. Л. О. Кравченко. К., 2021. 48 с.

2. Деякі питання пропуску гуманітарної допомоги через митний кордон України в умовах воєнного стану: Постанова КМУ від 01.03.2022 № 174. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/174-2022-%D0%>

3. Кодекс поведінки стосовно військово-політичних аспектів безпеки. Документ ОБСЄ від 3 грудня 1994 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_116#Text_

4. Конституція України від 28 червня 1996 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#>.

5. Про боротьбу з тероризмом: Закон України від 20 березня 2003 року № 638-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/638-15#Text_

6. Про національну безпеку України: Закон України від 21 червня 2018 р. № 2469-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19_

7. Про особливості визнання гуманітарною допомогою товарів, необхідних для здійснення заходів із забезпечення національної безпеки і оборони у зв'язку з військовою агресією Російської Федерації проти України та цивільного захисту населення в умовах введення воєнного стану: Постанова Кабінету Міністрів України від 25.02.2022 № 155. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-osoblivosti-viznannya-gumanitarnoyu-dopomogoyu-155-020222_

8. Рекомендації щодо належного оформлення ввезення окремих категорій товарів гуманітарної допомоги. URL: <https://www.dsecu.gov.ua/ua/rekomendacii-sodo-nalezno-go-oformlenna-vvezenna-okremih-kategorij-tovariv-gumanitarnoi-dopomogi>.

9. Зловживання з гуманітарною допомогою. Поліція розслідує понад 300 кримінальних справ. URL: <https://news.liga.net/ua/politics/news/zloupotreb-leniya-s-gumanitarnoy-rassleduet-bolee-300-ugolovnyh-del>.

10. Гуманітарна допомога ЗСУ і підозри волонтерам: що відбувається насправді? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/volontery-dopomoha-humanitarka-viyna/32011853.html>.

11. "Гуманітарна катастрофа": комерційні ван-

тажі під виглядом гуманітарки. URL: <https://hromadske.ua/posts/pid-vyhliadom-humanitarnoi-dopomohy-v-ukrainu-potrapiiaut-komertsiini-vantazhi>.

REFERENCES

1. Vzaiemodiiia Zbroinykh Syl Ukrainy z hromadianskym suspilstvom : dovidnyk / za zah. red. L. O. Kravchenko. K., 2021. 48 s.

2. Deiaki pytannia propusku humanitarnoi dopomohy cherez mytnyi kordon Ukrainy v umovakh voiennoho stanu: Postanova KМУ vid 01.03.2022 № 174, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/174-2022-%D0%>

3. Kodeks povedinky stosovno viiskovopolitychnykh aspektiv bezpeky. Dokument OBSIe vid 3 hrudnia 1994 roku, available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_116#Text.

4. Konstytutsiia Ukrainy vid 28 chervnia 1996 roku, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#>.

5. Pro borotbu z teroryzmozom: Zakon Ukrainy vid 20 bereznia 2003 roku № 638-IV, available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/638-15#Text_

6. Pro natsionalnu bezpeku Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 21 chervnia 2018 r. № 2469-VIII, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2469-19>.

7. Pro osoblyvosti vyznannia humanitarnoiu dopomohoiu tovariv, neobkhdnykh dlia zdiisnennia zakhodiv iz zabezpechennia natsionalnoi bezpeky i oborony u zviazku z viiskovoiu ahresiieiu Rosiiskoi Federatsii proty Ukrainy ta tsyvilnoho zakhystu naselennia v umovakh vvedennia voiennoho stanu: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 25.02.2022 № 155, available at: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-osoblivosti-viznannya-gumanitarnoyu-dopomogoyu-155-020222_

8. Rekomendatsii shchodo nalezhnoho oformlennia vvezennia okremykh katehoriitovariv humanitarnoi dopomohy, available at: <https://www.dsecu.gov.ua/ua/rekomendacii-sodo-nalezno-go-oformlenna-vvezenna-okremih-kategorij-tovariv-gumanitarnoi-dopomogi>.

9. Zlozhyvannia z humanitarnoiu dopomohoiu. Politsiia rozsliduie ponad 300 kryminalnykh sprav, available at: <https://news.liga.net/ua/politics/news/zloupotreb-leniya-s-gumanitarnoy-pomoschyu-politsiya-rassleduet-bolee-300>.

10. Humanitarna dopomoha ZSU i pidozry volonteram: shcho vidbuvaetsia naspravdi?, available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/volontery-dopomoha-humanitarka-viyna/32011853.html>.

11. "Humanitarna katastrofa": komertsiini vantazhi pid vyhliadom humanitarky, available at: <https://hromadske.ua/posts/pid-vyhliadom-humanitarnoi-dopomohy-v-ukrainu-potrapiiaut-komertsiini-vantazhi>.

Стаття надійшла до редакції 11 липня 2023 року

УДК 331.556.4:339.97

Voronko O. S.,

oksanavoronko@i.ua,

ORCID ID: 0000-0002-8235-611X, Researcher ID: F-8553-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри економіки, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА МІЖНАРОДНУ МІГРАЦІЮ РОБОЧОЇ СИЛИ

***Анотація.** У статті досліджуються актуальні проблеми міжнародної міграції робочої сили, яка є неzapечним чинником розвитку світового господарства і міжнародних економічних відносин в останні десятиріччя. В ході дослідження встановлено, що інтеграція України у світове господарство інтенсифікувала процес включення держави у процеси міжнародної міграції, отже у цьому контексті особливо актуальним стає питання впливу міжнародної трудової міграції на економічний розвиток і ринки праці країн походження мігрантів і приймаючих країн. Виявлено, що особливої уваги потребує регулювання міжнародної трудової міграції, яке є складним процесом, оскільки на нього мають вплив багато чинників. Доведено, що коли держава забезпечує дотримання міжнародних стандартів регулювання міграційних потоків, враховуючи як національні інтереси, так і інтереси зовнішніх мігрантів, така політика сприяє вирішенню демографічних дисбалансів, розвитку ринку праці і допомагає у формуванні позитивного іміджу на міжнародній арені. Визначено основний поділ міжнародної трудової міграції на категорії, а також охарактеризовано їх ознаки. Розглянуто різні ступені еластичності міжнародної трудової міграції. Основну увагу зосереджено на визначенні причин виникнення та існування міжнародної трудової міграції для країн світу. Виділено фактори протягування/виштовхування трудових мігрантів країн світу. Відображено вплив різних факторів і передумов на розвиток міжнародної трудової міграції.*

Ключові слова: міграційні процеси, міграційна політика, міжнародна трудова міграція, робоча сила, фактори протягування/виштовхування.

Voronko O. S.,

oksanavoronko@i.ua, ORCID ID: 0000-0002-8235-611X,

Researcher ID: F-8553-2019,

Ph.D, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

IMPACT OF GLOBALIZATION ON INTERNATIONAL LABOR MIGRATION

***Abstract.** The article examines the current problems of international labor migration, which is an undeniable factor in the development of the world economy and international economic relations in recent decades. In the course of the study, it was determined that the integration of Ukraine into the world economy intensified the process of the state's inclusion in the processes of international migration, therefore, in this context, the issue of the impact of international labor migration on the economic development and labor markets of the countries of origin of migrants and host countries becomes especially relevant. It was found that the regulation of international labor migration, which is a complex process, requires special attention, as it is influenced by many factors. It has been proven that when the state ensures compliance with international standards for regulating migration flows, taking into account both national interests and the interests of external migrants, such a policy contributes to the solution of demographic imbalances, the development of the labor market and helps in the formation of a positive image in the international arena. The main division of international labor migration into categories is determined, and their features are also characterized. Different degrees of elasticity of international labor migration are considered. The main attention is focused on determining the reasons for the emergence and existence of international labor migration for the countries of the world. Factors pulling/pushing labor migrants from countries of the world are highlighted. The influence of various factors and prerequisites on the development of international labor migration is reflected*

Key words: migration processes, migration policy, international labor migration, workforce, pull/push factors.

JEL Classification : F01, F22, J11, J61

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-10>

Постановка проблеми. Міжнародна міграція відіграє значну роль у соціально-економічному розвитку країн. Зараз, у сучасному світі, коли однією з домінуючих тенденцій у міжнародних відносинах є глобалізація, процес міграції та її роль у суспільстві почали зростати. З часом усе більша частина держав приєднується до міграційних процесів та збільшуються масштаби міжнародної міграції. Для визначення сутності процесів міграції та їх регулювання потрібно визначити основні її рушійні сили та причини. Важливість дослідження міграційних процесів зумовлена стрімким зростанням їх обсягів, нарощуванням інтенсивності, поширення на всі країни світу, вагомим впливом на економічний та соціальний розвиток. Особливе місце міграції робочої сили в сучасних умовах визначається насамперед її динамізмом, швидким реагуванням на зміни у суспільстві та економіці. Внаслідок зростання масштабів трудової міграції її вплив на зайнятість населення, а також на якість сукупного трудового потенціалу вимагає глибокого і всебічного економічного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам вивчення міжнародної міграції робочої сили присвячена значна кількість робіт вітчизняних та зарубіжних вчених. Аналізом процесів трудової міграції, у тому числі нелегальної, методами дослідження міграційних процесів загалом, процесами урбанізації та мобільності населення займалися такі видатні вчені, як І. С. Скороход та В. В. Безух, О. М. Коржик, О. А. Малиновська, В. Г. Чебанов.

Ставлення вчених до міжнародної міграції відрізняються. З одного боку, деякі розглядають цей процес як досить позитивний для економіки та країни в цілому, однак інші вважають, що процес міграції також має низку серйозних недоліків. Саме тому необхідно дослідити причини міжнародної трудової міграції, визначити її позитивний і негативний вплив на країну та проаналізувати, як змінилися міжнародні міграційні процеси під впливом глобальної пандемії COVID-19 та повномасштабного вторгнення Росії.

Постановка завдання. Мета статті – визначити особливості міграції в умовах глобалізації, фактори, що впливають на формування міграційної політики; дослідити аспекти української міжнародної міграції; запропонувати заходи щодо вдосконалення міграційної політики в Україні; проаналізувати економічні наслідки міжнародної міграції робочої сили.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зростання міграції під впливом глобалізації посилює її роль у суспільстві. Це підтверджує зростання уваги до міграційних процесів з боку влади, науковців, політиків, підприємців. Особливо інтерес до міграції зріс, коли на міжнародному рівні почали відчуватися негативні наслідки міграційних процесів, і людство стикнулося з необхідністю координації зусиль багатьох країн для вирішення проблемних ситуацій, пов'язаних із міграцією.

Ми вважаємо, що достатньо процитувати лише один вислів відомих дослідників міграції Стівена Каслза і Марка Міллера: “Ніколи міжнародна

міграція не була настільки проникаючою як з соціально-економічного, так і політичного погляду, ніколи раніше державні діячі не приділяли стільки уваги проблемам міграції, ніколи раніше міжнародна міграція так сильно не впливала на безпеку держави і ніколи не була настільки пов'язаною з конфліктами і безладом у глобальному масштабі, як сьогодні”. Відтак прийшло усвідомлення важливості вироблення адекватних механізмів регулювання міграційних потоків, а з часом стало зрозуміло, що на цьому шляху немало труднощів.

До регіонів світу, тісно пов'язаних із міжнародною міграцією, належить Європа. Сьогодні саме тут проживає або тимчасово перебуває п'ята частина всього мігруючого населення планети. Європа – багата і відносно політично стабільна, зі старіючим населенням, яке поступово чисельно скорочується, – стала місцем потужного притягання мігрантів із сусідніх країн, які є значно біднішими і політично нестабільними та мають молоде і зростаюче населення. Саме за такої ситуації виникла необхідність не просто обмежувати міграційні потоки чи запобігати їм, а управляти ними. Звичайно, не завжди міграційна політика європейських країн досягала і досягає цілей, але їхній досвід регулювання міграції є багатим.

Що стосується України, то міжнародна трудова міграція є явищем відносно новим. Роль у сучасному розвитку трудової міграції України відіграли ринкові трансформації, поява можливості виїзду за кордон, тривала економічна криза в країні, масова втрата роботи і зниження реальної заробітної плати українських громадян. Частина міграційних проблем України є невіддільною складовою проблем усіх країн регіону і потребує спільного вирішення. Тому врахування багатолітнього досвіду управління міграційними процесами, виявлення здобутків, прорахунків і невдач європейських країн є для України актуальним. Лише за такої умови можна виробити ефективну власну міграційну політику.

Слід зауважити, що міжнародна міграція робочої сили є складником світової системи господарювання, вона є результатом еволюції робочої сили, системи міжнародного поділу праці та інтеграції. Саме систематизація теоретичних наукових підходів до дослідження міжнародної трудової міграції показує, що для цілісного їх розуміння і вивчення необхідно аналізувати різні аспекти, які взаємодіють між собою і доповнюють один одного. Міжнародна міграція робочої сили – це процес переміщення осіб для подальшого працевлаштування з місця їхнього звичайного проживання до країни, громадянами якої вони не є [2]. Міграція з метою працевлаштування є важливою глобальною проблемою, яка зараз стосується більшості країн світу.

Сьогодні діють два основних каталізatori ринку праці для людей працездатного віку, які призводять до збільшення міграції в пошуках роботи, – це відсутність робочих місць або наявна робота, недостатня для того, щоб утримувати себе та свої сім'ї у своїх країнах. Інші фактори включають

демографічні зміни, соціально-економічні та політичні кризи, а також збільшення розривів у заробітній платі всередині розвинутих країн і країн, що розвиваються, а також між ними. На відміну від Європи, яка вже давно тісно пов'язана з міжнародною міграцією, де проживає або працює частину населення планети, для України цей процес достатньо новий. Однак вже зараз населення України активно залучене у світові міграційні процеси. Впродовж останніх років Україна входила до списку країн, із яких найбільше осіб щороку виїжджає, а також список країн, куди приїжджає (легально та нелегально) найбільша кількість мігрантів із інших країн світу. Поряд із економічною ситуацією в Україні суттєвим фактором міграції є географічне положення держави на перетині основних транспортних коридорів.

Українців спонукає до виїзду високий рівень безробіття та незатребуваність фаху на батьківщині, низькооплачуваність за престижними спеціальностями (ІТ, медицина, інженерія і т.п.), скорочення або відсутність деяких галузей виробництва, економічна нерозвиненість деяких регіонів, а також низька середня заробітна плата (вона залишається однією з найнижчих у Європі: Німеччина – 2 700 євро, Франція – 2 580 євро, Італія – 1 780 євро, Україна – 362 євро) [4; 6].

Що стосується пандемії COVID-19, то вона не зупинила міграцію. Попит на українських трудових мігрантів за кордоном впав із початку карантину, але зріс на 40 відсотків у другому півріччі 2021 року. Як і раніше, основними країнами призначення робочої сили мігрантами з України є Польща (пакувальники, різнорабочі, кравці, водії, будівельники), Німеччина (доглядачі, плиточники, сантехніки, електрики), Чехія (промислові робітники, покоївки, зварювальники, електрики). У країнах, що розвиваються, проживає більшість мігрантів у світі. У багатьох із них трудова міграція становить велику частку робочої сили у ключових галузях економіки [5].

Обмеження транскордонної мобільності ускладнили міграційний процес. По-перше, через труднощі транскордонної міграції посилилася тенденція перетворення тимчасової трудової міграції на постійну. Зросла кількість мігрантів, які мають намір подати заяву або подали документи на дозвіл на довгострокове або постійне проживання в країні перебування. По-друге, збільшився рівень загрози нелегальної міграції. Окрім пандемії, на рівень нелегальної міграції впливали:

1. Соціально-економічна та воєнно-політична ситуація в регіонах походження нелегальних мігрантів (Близький та Середній Схід, Південна, Західна Азія та Північна Африка), а також офіційна позиція окремих держав щодо не перешкоджання руху мігрантів до країн ЄС.

2. Значна кількість іноземних діаспор в Україні, у т.ч. студентів, які здійснюють спроби легального в'їзду до України потенційних нелегальних мігрантів (надання візової підтримки, запрошень, зустрічей тощо), а також спроби іноземними

громадянами, вихідцями з країн міграційного ризику, які легалізувалися в Україні, здійснювати організацію каналів незаконної міграції.

3. Можливість використання нелегальними мігрантами процедури набуття статусу біженця для тимчасової легалізації на території України.

4. Транскордонний характер організації каналів переправлення мігрантів та низький рівень життя мешканців прикордоння, що сприяє втягуванню їх у зазначену протиправну діяльність. Збільшення кількості випадків нелегальної міграції не лише загрожує самим мігрантам, а також серйозно підриває можливості та фінансовий рівень державних органів і міжурядових організацій.

На нашу думку, цей процес необхідно мінімізувати шляхом формулювання ефективної міграційної політики, розробкою відповідних програм для осіб або фірм, що знаходяться у групі ризику, а також необхідністю забезпечення працівників гідними умовами праці.

Це, в свою чергу, допоможе стримати інфляцію заробітної плати або призведе до її зменшення, оскільки збільшена пропозиція ринку праці буде здатна задовольнити потреби фірм у розрізі попиту на робочу силу.

Однак можна виділити деякі недоліки міграційних процесів для приймаючої країни. По-перше, можливе зниження заробітної плати, особливо в сегменті ринку праці з низьким рівнем кваліфікації. Збільшення пропозиції низькокваліфікованих працівників призведе до скорочення рівноважної заробітної плати місцевих робітників. По-друге, наявність працівників, які бажають працювати за відносно низьку оплату, може спричинити ігнорування роботодавцями продуктивності, навчання та розвитку інновацій.

По-третє, збільшення кількості мігрантів може сприяти організованій злочинності та торгівлі людьми, що призведе до більшого контролю безпеки. Також виросте тиск на державні послуги, а в регіонах із більшою кількістю мігрантів можливий вплив на ринок житла [2]. Еміграція частини населення - гарна можливість й для країн походження, проте внесок міграції в розвиток батьківщини значною мірою залежить від політики. З одного боку, міграція впливає на зменшення безробіття, молоді мігранти покращують свої життєві перспективи, а також приносять заощадження, навички та міжнародні контакти.

Проте можна виділити і декілька факторів негативного впливу, а саме: економічну невідповідність міжнародної міграції через втрату молодих та висококваліфікованих робітників, особливо медичних працівників. Проблема полягає в тому, що в багатьох випадках політики недостатньо розуміють потенційні наслідки міграції. Наприклад, коли уряд витрачає багато коштів на розвиток конкретних навичок, але більшість кваліфікованих людей потім вирішують мігрувати в інші країни, де є високий попит і більша заробітна плата для цієї сфери. Повне розуміння потреб внутрішнього ринку праці, а також міграційного контексту допомогло б державним органам розробити політику відповідно до

потреб населення та економіки. З цієї причини стратегії розвитку повинні враховувати вплив галузевої політики на рішення людей мігрувати, на використання грошових переказів та на стабільність повернення.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, міжнародна трудова міграція є необхідною й об'єктивною умовою економічного розвитку країни, але при цьому є лише фактором, який доповнює, а не заміщує елементи кадрового забезпечення. Систематизація основних теоретичних і методологічних підходів до дослідження міграційних процесів у контексті їх впливу на економіку певної країни виступає необхідною умовою наукового аналізу процесів міжнародної трудової міграції з метою розроблення й удосконалення регулювання міграційної політики. А дослідження тенденцій і закономірностей у розвитку міграційних процесів дає змогу не тільки визначати та фіксувати показники поточного стану міжнародної трудової міграції, але й виробляти ефективні управлінські рішення щодо їх регулювання згідно з конкретними потребами та умовами розвитку певної країни.

Таким чином, якщо не враховувати і не впливати на міграційні процеси, то це може призвести до суттєвих економічних наслідків для країни. Тому кожна держава повинна приділяти увагу умовам працевлаштування. В першу чергу: створенню робочих місць, підвищенню заробітної плати в залежності від кваліфікації робочої сили для своїх громадян та створенню фільтру для емігруючих в Україну. Стабільність економіки напряму залежить від державного регулювання процесу трудової міграції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ, 2010. 212 с.
2. Всесвітній огляд населення. URL: https://worldpopulationreview.com/country-rankings/immigration-bycountry_
3. Демків Г. М. Міграція з України: сучасний стан. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2016. № 9. С. 66-68.
4. Короленко Н. В. Міжнародна міграція робочої сили: причини та наслідки. *Ефективна економіка*. 2021. № 1.
5. Лучит М. В. Міжнародна міграція робочої сили: її причини та вплив на економіку. *Вісник*

Національного університету "Львівська політехніка". 2017. № 2. С. 237-239.

6. Малиновська О. Міграція в Україні: факти і цифри. *Міжнародна організація з міграції (МОМ)*. 2016. № 1. С. 31.

7. Пояснення статистики Євростату. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Wages_and_labour_costs.

8. Українська міграційна статистика. URL: <https://www.macrotrends.net/countries/UKR/ukraine/immigrationstatistics>.

9. Нікітіна А. В., Цховребова Є. Н. Work migration of the labour force: problems and ways of solving emigration in Ukraine. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 43. С. 72-77. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/>.

REFERENCES

1. Bestuzheva, S. V. (2010), *Mizhnarodna ekonomichna diial'nist' Ukrainy : navchal'nyj posibnyk*, KhNEU, Kharkiv, 212 s.
2. Vsesvitnij ohliad naseleennia, available at: https://worldpopulationreview.com/country-rankings/immigration-bycountry_
3. Demkiv, H. M. (2016), *Mihratsiia z Ukrainy: suchasnyj stan*, *Visnyk Natsional'noho universytetu "Lvivs'ka politekhnik"*, № 9, s. 66-68.
4. Korolenko, N. V. (2021), *Mizhnarodna mihratsiia robochoi syly: prychnyny ta naslidky*, *Efektivna ekonomika*, № 1.
5. Luchyt, M. V. (2017), *Mizhnarodna mihratsiia robochoi syly: ii prychnyny ta vplyv na ekonomiku*, *Visnyk Natsional'noho universytetu "Lvivs'ka politekhnik"*, № 2, s. 237-239.
6. Malynovs'ka O. (2016), *Mihratsiia v Ukraini: fakty i tsyfry*, *Mizhnarodna orhanizatsiia z mihratsii (MOM)*, № 1, s. 31.
7. Poiasnennia statystyky Yevrostatu, available at: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Wages_and_labour_costs.
8. Ukraïns'ka mihratsiïna statystyka, available at: <https://www.macrotrends.net/countries/UKR/ukraine/immigrationstatistics>.
9. Nikitina, A. V. and Tskhovrebova, Ye. N. (2020), *Work migration of the labour force: problems and ways of solving emigration in Ukraine*, *Infrastruktura rynku*, № 43, s. 72-77, available at: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/>.

Стаття надійшла до редакції 10 серпня 2023 року

УДК 657.6:005

Гевлич Л. Л.,

hevlich.hll@donnu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-2825-1528,

к.е.н., доц., доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту, Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

МІСЦЕ РИЗИКУ В ПРОЦЕСІ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ

Анотація. *Ключовою проблемою ефективного аудиту є визначення ризику. Незважаючи на важливість концепції ризику в аудиторському процесі, останнє десятиліття він досліджувався у напрямку удосконалення методів оцінки. Ігнорування ролі ризику, його розгляд виключно як аудиторської процедури заважають усвідомленню сутності аудиторської перевірки укладачами та користувачами звітності, знижують ефективність аудиту з боку аудиторської групи. Метою роботи є дослідження місця ризику в процесі аудиту з точки зору можливого виявлення напрямів його удосконалення. Використання в практиці аудиту ризик-орієнтованого підходу передбачає необхідність оцінки ризику системи внутрішнього контролю клієнта, у т.ч. на етапі надання згоди на аудит. Аудитор має додатково оцінити ризик використання вибірки та ризик впливу шахрайства. Оцінка ризику при формуванні думки передбачає оцінку відповідності звітності вимогам концептуальної основи, доречності, порівнюваності, зрозумілості, достовірності інформації, вибір форми думки. Доведено, що ризик є визначальною категорією в незалежному аудиті: основною концепцією, підходом, інструментом організації перевірки, аудиторською процедурою збору, оцінки доказів, формування думки. Процес аудиту може бути структурований за етапами оцінки ризику прийняття завдання, системи внутрішнього контролю, ефективності аудиторських процедур та аудиторської вибірки, суттєвих викривлень внаслідок шахрайства, формування аудиторської думки. Запропоновані напрями дослідження аудитором бізнесу клієнта, обставини ризиків суттєвого викривлення, дії аудитора при роботі з вибіркою, оцінка ризику на стадії формування думки знижують трудомісткість аудиту. Розуміння місця ризику в перевірці поліпшує сприйняття аудиторського процесу користувачами звіту. Розроблені алгоритми дії аудитора при ідентифікації ризиків шахрайства та оцінки системи внутрішнього контролю можуть бути застосовані для оптимізації контрольної підсистеми клієнта. Напрямом подальших досліджень буде оцінка впливу на аудиторський ризик сучасних діджитал-технологій.*

Ключові слова: незалежний аудит, процес аудиту, ризик, оцінка ризику, аудиторські процедури.

Hevlych L. L.,

hevlich.hll@donnu.edu.ua, ORCID ID: 0000-0002-2825-1528,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit, Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia

PLACE OF RISK IN THE PROCESS OF INDEPENDENT AUDIT

Abstract. *A key issue in effective auditing is risk identification. Despite the importance of the concept of risk in the audit process, it has been studied in the last decade in the direction of improving assessment methods. Ignoring the role of risk, considering it exclusively as an audit procedure, hinders the awareness of the essence of the audit by the compilers and users of the reports, reduces the effectiveness of the audit. The purpose of the article is to study the place of risk in the audit process from the point of view of possible identification of directions for its improvement. The use of a risk-oriented approach in the audit practice implies the need to assess the risk of the client's internal control system, including at the stage of granting consent to the audit. The auditor should further assess the risk of using sampling and the risk of exposure to fraud. Risk assessment in the formation of an opinion involves an assessment of compliance of the reporting with the requirements of the conceptual basis, appropriateness, comparability, comprehensibility, reliability of information, the choice of the form of the opinion. It has been proven that risk is a defining category in independent auditing: a basic concept, approach, tool for organizing an audit, an audit procedure for gathering evidence, evaluating evidence, and forming an opinion. The audit process can be structured according to the stages of assessment of the risk of acceptance of the task, internal control system, effectiveness of audit procedures and audit sample, significant distortions due to fraud, formation of an auditor's opinion. Proposed areas of research by the auditor of the client's business, circumstances of risks of significant distortion, actions of the auditor when working with the sample, risk assessment at the stage of opinion formation reduce the complexity of the audit. Understanding the location of risk in the audit improves the perception of the audit process by users of the report. The developed algorithms of the auditor's actions in identifying fraud risks and evaluating the internal control system can be applied to optimize the client's control subsystem. The direction of further research will be the assessment of the impact of modern digital technologies on audit risk.*

Key words: independent audit, audit process, risk, risk assessment, audit procedures.

JEL Classification: M42

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-11>

Постановка проблеми. Обов'язковий аудит суспільно значущих підприємств є надійним інструментом отримання користувачами звітності впевненості щодо фінансової інформації. Така впевненість є основою бізнес-активності як умови розвитку національної та світової економік. Ключовою проблемою ефективного аудиту є визначення ризику аудиту. Тож дослідження питань, пов'язаних із аудиторським ризиком, є важливим науковим та практичним завданням з огляду на вплив якості перевірок на бізнес-середовище.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на важливість концепції ризику в аудиторському процесі, останнє десятиліття він був у центрі уваги порівняльно невеликого кола вітчизняних дослідників: О. Кожушко, Т. Каменська, Р. Кулик, С. Шульга, В. Фабіянська, О. Шерстюк у роботах [1-6] узагальнювали вимоги міжнародних стандартів аудиту та аудиторську практику переважно у напрямку удосконалення методів оцінки аудиторського ризику безвідносно до місця, яке займає ризик у процесі незалежного аудиту. Таке ігнорування ролі ризику, а також його розгляд виключно як аудиторської процедури заважають усвідомленню сутності аудиторської перевірки укладачами та користувачами фінансової звітності, а також знижують ефективність аудиту з боку членів аудиторської групи. Тож дослідження аудиторського процесу через призму ризику здатне представити нові напрями оптимізації як аудиту, так і використання його результатів зацікавленими членами бізнес-спільноти.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження місця ризику в процесі аудиту з точки зору можливого виявлення напрямів його удосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аудиторський ризик представляє собою ймовірність того, що аудитор висловить невідповідну аудиторську думку стосовно фінансової звітності,

що перевірялася, – не зафіксує суттєвого викривлення інформації або помилково вкаже на його наявність. При цьому відповідальність визначити суттєвість – загальну, спеціальну та робочу, також лежить на аудиторі. Тож, головним інструментом організації ефективного аудиту є визначення та оперування величинами складових аудиторського ризику (властивого ризику, ризиків контролю, вибірки та завдання з надання впевненості) та рівня суттєвості виявлених або вірогідних викривлень інформації.

Повсюдне використання в практиці аудиту ризик-орієнтовного підходу як пошуку зон із високим можливим ризиком викривлень та концентрації в них роботи аудиторської групи передбачає необхідність оцінки ризику системи внутрішнього контролю підприємства-клієнта для визначення таких зон. У ході оцінки ризику системи внутрішнього контролю клієнта як внутрішніх правил і процедур, упроваджених керівництвом суб'єкта господарювання для забезпечення стабільного та ефективного функціонування, зокрема достовірності та повноти фінансової звітності та запобігання викривленням інформації, аудитор має визначити майбутні аудиторські процедури, ресурси аудиту та їх застосування у різних сферах перевірки, у тому числі у сферах із високим ризиком. Іншими словами, оцінка ризику системи внутрішнього контролю клієнта є визначальною для розробки загальної стратегії аудиту. Разом з тим, для організації ефективною перевірки оцінка ризиків має розпочатися ще на етапі надання згоди потенційному клієнту чи відмови від співпраці щодо аудиту. Згідно з МСА 315 [7] аудитор оцінює ризик якості майбутньої перевірки з огляду на ресурсні обмеження та дотримання етичних принципів. Таке оцінювання передбачає дослідження бізнесу підприємства-клієнта як сукупності середовищ, представлених у табл. 1.

Таблиця 1

Напрями дослідження аудитором бізнесу клієнта

Середовище	Напрями дослідження
Внутрішнє середовище	- характеристика особливостей діяльності клієнта; - оцінка бізнес-стратегій та бізнес-ризиків з точки зору впливу на звітність; - первинна оцінка системи внутрішнього контролю
Мікросередовище	- оцінка галузевих або регіональних особливостей діяльності, обліку, обробки інформації; - аналіз галузевих або регіональних регламентів та вимог регуляторів; - характеристика проблем і викликів галузі чи регіону
Макросередовище	- оцінка ризику форс-мажорних обставин, які відбулися чи очікуються з достатньою вірогідністю; - аналіз викликів національної економіки в їх впливі на фінансову звітність клієнта
Етичність	- оцінка ризику дотримання незалежності; - оцінка ризику дотримання інших принципів Кодексу етики професійного бухгалтера

Розроблено автором

Приклади обставин ризиків суттєвого викривлення

Обставини	Приклади обставин
Загрози середовища	<ul style="list-style-type: none"> - діяльність у нестабільних регіонах; - обмеження доступності капіталу; - зміни в галузі; - зміни в IT-середовищі; - застосування нових стандартів обліку
Особливості діяльності підприємства-клієнта	<ul style="list-style-type: none"> - діяльність, чутлива до нестабільних ринків; - комплексне регулювання діяльності; - використання складних фінансових угод; - значні операції з пов'язаними сторонами
Система внутрішнього контролю підприємства-клієнта	<ul style="list-style-type: none"> - недоліки у внутрішньому контролі; - нестача персоналу з необхідними навичками; - невідповідність IT- та бізнес-стратегій; - суттєва кількість коригувань на кінець періоду; - значна кількість несистематичних операцій
Рішення підприємства-клієнта	<ul style="list-style-type: none"> - втрата значних клієнтів, зміни в логістиці; - розробка нових продуктів, послуг, видів діяльності, розширення у нові регіони; - реорганізації, продаж сегментів бізнесу; - встановлення нових IT-систем; - зміни у складі основного персоналу; - облікові оцінки, що містять складні операції; - позови та умовні зобов'язання

Укладено автором за [7-10]

У табл. 1 фактори макросередовища для сучасного вітчизняного аудиту можуть бути представлені наслідками пандемії коронавірусу та воєнним станом, але повний перелік як чинників макросередовища, так і інших напрямів дослідження визначаються конкретно перевіркою, враховуючи особливості підприємства-клієнта і завдання з аудиту. Міжнародні стандарти аудиту допомагають ідентифікувати подібні фактори, надаючи приклади умов та подій, що можуть вказувати на ризики суттєвого викривлення (див. табл. 2).

Виходячи з сутності незалежного аудиту, аудиторський процес може бути представлений послідовністю дій аудиторської групи в ході збору аудиторських доказів задля формування думки щодо відповідності фінансової звітності суб'єкта господарювання належній концептуальній основі (національним чи міжнародним стандартам бухгалтерського обліку). Тому можна сказати, що процес аудиту – це аудиторські процедури, що здійснюються у певному порядку для досягнення

визначеної мети. За МСА 315, МСА 330 та МСА 500 [7] аудиторські процедури включають процедури оцінки ризиків та подальші аудиторські процедури (див. табл. 3).

Найближче майбутнє аудиторських процедур, що напряму вплине на рівень ризику, пов'язане із використанням діджитал-технологій, зокрема когнітивних технологій, прогновної аналітики та хмарних платформ.

Ризик-орієнтовний підхід аудиту передбачає вибірковість проведення аудиторських процедур, тому при їх плануванні аудитор має додатково оцінити ризик використання вибірки як способу отримання аудиторських доказів. МСА 530 дає загальне розуміння сутності вибірки та способів її використання в межах перевірки [7], але не знімає відповідальності з аудитора за загальну оцінку ризику вибірки, що має бути результатом аудиторського судження. Алгоритм дій аудитора при роботі з вибіркою представлений у табл. 4.

Аудиторські процедури відповідно до МСА

Назва	Сутність процедури
1. Процедури оцінки ризиків	<p>1) оцінка ризику дотримання передумов аудиту:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналіз прийнятності концептуальної основи звітності; - оцінка визнання укладачами звітності відповідальності за якість її підготовки; <p>2) оцінка складових системи внутрішнього контролю:</p> <ul style="list-style-type: none"> - середовища контролю як системи потенційного дотримання зовнішніх та внутрішніх регламентів, у т.ч. етичних принципів; - процесу оцінки укладачами звітності бізнес-ризиків щодо потенціалу їх впливу на фінансову звітність; - інформаційної системи підприємства як формалізації процесу укладання фінансової звітності; - заходів контролю як перевірки функціонування середовища контролю; - моніторингу заходів контролю укладачами звітності з точки зору їх ефективності
2. Подальші аудиторські процедури	<p>Виконання дій у межах збору аудиторських доказів:</p> <ul style="list-style-type: none"> - спостереження як нагляду за обробкою інформації або заходом внутрішнього контролю; - інспектування як дослідження інформації або фізичного огляду активів; - запиту як пошуку інформації; - повторного виконання як дублювання аудитором процедур обробки інформації або заходів внутрішнього контролю підприємства; - зовнішнього підтвердження як отримання відповіді на запит інформації від третьої сторони; - повторного обчислення як дублювання аудитором здійснених укладачами звітності арифметичних дій; - аналітичних процедур як оцінки взаємозв'язку між даними

Укладено автором за [7-10]

Таблиця 4

Алгоритм дій аудитора при роботі з вибіркою

Крок	Сутність дій аудитора
1. Організація вибірки	<ul style="list-style-type: none"> - визначення мети аудиторської процедури та характеристики генеральної сукупності для вибірки; - визначення достатнього розміру вибірки; - визначення методу відбору елементів вибірки
2. Виконання аудиторських процедур	<ul style="list-style-type: none"> - проведення процедур щодо кожного елемента вибірки; - розгляд дій у кожному випадку, проведення процедур неможливе
3. Визначення причин відхилень та викривлень	<ul style="list-style-type: none"> - розгляд характеру та причини ідентифікованих відхилень; - оцінка можливого впливу відхилень на мету процедури та аудит у цілому; - отримання високого рівня впевненості, що знайдені викривлення є аномалією
4. Прогнозна оцінка викривлень	проектування викривлень, виявлених у вибірці, на генеральну сукупність
5. Оцінювання результатів вибірки	<ul style="list-style-type: none"> - оцінка результатів вибірки; - визначення, чи надало використання вибірки підстави для висновків щодо генеральної сукупності

Укладено автором за [7-10]

У разі, якщо результати роботи з вибіркою не надають достатніх підстав для обґрунтованих висновків, не узгоджуються з іншою інформацією перевірки або значно відрізняються від очікуваних величин, аудитор має звернутися із запитом до укладачів звітності і при необхідності здійснити коригування вибірки чи модифікувати характер, час та обсяг подальших процедур для отримання достатньої впевненості.

Незважаючи на відсутність можливості, потреби та відповідальності аудитора стосовно ідентифікації викривлень як таких, що виникають внаслідок помилок чи внаслідок шахрайства, аудитор додатково має оцінити ризик впливу шахрайства як більш суттєвий. При цьому у випадку підозри на викривлення внаслідок шахрайства аудитор понижує розмір загальної, спеціальної та робочої суттєвостей у порівнянні з суттєвістю щодо

викривлення внаслідок помилки. Звичайний порядок дій аудитора, якщо шахрайство ідентифіковано або обґрунтовано підозрюється, може бути представлений такими кроками: 1) залежно від потенційних або виявлених учасників шахрайства повідомити управлінський персонал або тих, кого наділено найвищими повноваженнями; 2) визначити, чи має аудитор надати звіт про випадок або підозру шахрайства третій стороні; 3) оцінити ризик можливості продовжувати аудиторську перевірку (наявність професійної та юридичної відповідальності, прийнятність відмови від завдання, потребу надання звіту третій стороні або регуляторним органам тощо).

Процес оцінки ризику на стадії формування аудиторської думки (звіту аудитора) може бути презентований такими стадіями: 1) оцінка відповідності звітності в усіх суттєвих аспектах вимогам концептуальної основи: забезпечення належного розкриття даних та значущих облікових політик, доречності облікових політик для суб'єкта господарювання, обґрунтованості облікових оцінок тощо; 2) оцінка доречності, надійності, порівнюваності і зрозумілості інформації; 3) оцінка достовірності фінансової звітності; 4) вибір форми висловлення думки: немодифікованої або варіанта модифікованої.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Підсумовуючи, можна констатувати, що ризик є визначальною категорією в незалежному аудиті: основною концепцією, що уможливорює саму перевірку, підходом та інструментом її організації, основною аудиторською процедурою збору, оцінки доказів та формування аудиторської думки. Процедури оцінки ризиків починаються на стадії прийняття завдання з аудиту, повторюються протягом перевірки за результатами отриманих доказів та формалізуються в аудиторській думці. З цієї точки зору процес аудиту може бути структурований за етапами: 1) оцінка ризику прийняття завдання; 2) оцінка ризику системи внутрішнього контролю при розробці загальної стратегії перевірки; 3) оцінка ефективності аудиторських процедур та аудиторської вибірки як способу їх проведення; 4) оцінка ризику суттєвих викривлень внаслідок шахрайства; 5) кінцева оцінка аудиторського ризику при формуванні аудиторської думки. Врахування місця ризику при організації аудиторської перевірки, у тому числі застосування запропонованих у роботі алгоритмів оцінки ризиків разом із узагальненими рекомендаціями Міжнародних стандартів аудиту щодо напрямів дослідження аудитором бізнесу клієнта, обставин ризиків суттєвого викривлення, дій аудитора при роботі з вибіркою, оцінки ризику на стадії формування аудиторської думки тощо дозволяють формалізувати аудит, чим знижують трудомісткість його підготовки та проведення. Розуміння місця ризику в аудиторській перевірці також поліпшує сприйняття аудиторського процесу користувачами аудиту. Розроблені алгоритми дій аудитора в ході ідентифікації ризиків шахрайства та оцінки системи внутрішнього контролю можуть бути

застосовані для оптимізації контрольної підсистеми клієнта.

Напрямом подальших досліджень стане оцінка конкретного впливу на аудиторський ризик використання у вітчизняній та світовій аудиторській практиці сучасних діджитал-технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кожушко О. В. Методичний підхід до оцінки аудиторського ризику. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2014. Випуск 9-1. Частина 1. С. 200-203.
2. Каменська Т. О. Ризики в аудиті та їх оцінка. *Статистика України*. 2015. № 2. С. 43-45.
3. Кулик Р. Р. Методологічні аспекти оцінки ризику в аудиті. *Економічний аналіз* : зб. наук. праць Тернопільського національного економічного університету. 2018. Том 28. № 1. С. 142-147.
4. Шульга С. Методичні аспекти оцінки ризиків при наданні аудиторських послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету* : зб. наук. праць. 2019. № 5 (268). С. 233-256.
5. Фабіянська В. Ю. Аудиторський ризик: сутність, методика оцінки та шляхи зниження. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 1. С. 110-121.
6. Шерстюк О. Л. Трансформація моделі ризику аудиту в умовах перевірки інтегрованої звітності. *Економіка, управління та адміністрування*. 2020. № 1 (91). С. 88-95.
7. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг : Видання 2017 р. URL: <https://cutt.ly/mwqRuWtY>.
8. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements. 2021 Edition. URL: <https://cutt.ly/X3PXCnw>.
9. Міжнародний кодекс етики професійних бухгалтерів. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/kodex_et.pdf.
10. Посібник із застосування Міжнародних стандартів аудиту під час аудиту малих та середніх підприємств. URL: <https://cutt.ly/qwqHр6MH>.

REFERENCES

1. Kozhushko, O. V. (2014), *Methodychnyi pidkhid do otsinky audytorskoho ryzyku*, *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. Serii Ekonomichni nauky, 9-1, 200-203.
2. Kamenska, T. O. (2015), *Ryzyky v audyti ta yikh otsinka*, *Statystyka Ukrainy*, 2, 43-45.
3. Kulyk, R. R. (2018), *Metodolohichni aspekty otsinky ryzyku v audyti*, *Ekonomichnyi analiz* : zb. nauk. prats Ternopilskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu, 28, 142-147.
4. Shulha S. (2019), *Metodychni aspekty otsinky ryzykiv pry nadanni audytorskykh posluh*, *Naukovyi visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu* : zb. nauk. prats, 5 (268), 233-256.

5. Fabiianska, V. Yu. (2020), Audytorskyi ryzyk: sutnist, metodyka otsinky ta shliakhy znyzhennia, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 1, 110-121.

6. Sherstiuk, O. L. (2020), Transformatsiia modeli ryzyku audytu v umovakh perevirky intehrovanoi zvitnosti, *Ekonomika, upravlinnia ta administruvannia*, 1 (91), 88-95.

7. Mizhnarodni standarty kontroliu yakosti, audytu, ohliadu, inshoho nadannia vpevnenosti ta suputnykh posluh : Vydannia 2017, available at: <https://cutt.ly/mwqRuWtY>.

8. Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services

Pronouncements. 2021 Edition., available at: <https://cutt.ly/X3PXcnw>.

9. Mizhnarodnyi kodeks etyky profesiinykh bukhhalteriv, available at: https://mof.gov.ua/storage/files/kodex_et.pdf.

10. Posibnyk iz zastosuvannia Mizhnarodnykh standartiv audytu pid chas audytu malykh ta serednykh pidpriemstv, available at: <https://cutt.ly/qwqHr6MH>.

Стаття надійшла до редакції 02 червня 2023 року

УДК : 334.012.63/.64 : 355(477)

Кобеля-Звір М. Я.,

marianakobelia@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5627-9408,

к.е.н., доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ГРАНТОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА ТРУДНОЦІ

Анотація. Розглянуто основні грантові можливості для розвитку малого та середнього бізнесу в умовах війни в Україні. Окреслено основні переваги, що отримують представники бізнесу в умовах війни, використовуючи грантові інструменти та напрями їх застосування для свого розвитку: це можливість для запровадження інноваційних рішень у бізнес-процеси, розширення асортименту виробленої продукції або наданих послуг, відкриття власної справи з нуля або розвиток вже існуючого бізнесу, розбудови експортного потенціалу бізнесу, впровадження заходів для просування продукції. Наголошено, що, незважаючи на численні переваги від використання грантових, безповоротних ресурсів та наявність такого досвіду у великої кількості українських малих та середніх підприємств, переважна більшість представників бізнесу так і не користується цими альтернативними ресурсами. Визначено, що використання грантових ресурсів представниками малого та середнього бізнесу так і не відбувається як із причини нерозуміння останніми, які гранти є і на що їх можна залучати, так і з причини перестороги та труднощів, пов'язаних із процесом залучення грантових інструментів, які розглянуто з точки зору підприємців. Підсумовано, що залучення та використання представниками малого та середнього бізнесу грантових інструментів міжнародних та національних донорів в умовах війни є однією з найважливіших передумов розвитку бізнесу й зміцнення економіки України, а подолання труднощів можливе за умови якісної інформаційно-роз'яснювальної та просвітницької діяльності органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, фондів, грантових організацій і програм. Наголошено на важливості поєднання промоційної діяльності з навчальними заходами практичного спрямування для підвищення компетенцій підприємців із моніторингу інформаційного поля на предмет актуальних грантових ресурсів, адаптації потреби/проблеми бізнесу під пріоритети конкретного донора та розробки якісних апікаційних заявок і бізнес-планів.

Ключові слова: гранти для бізнесу, грантова підтримка ММСП, грантові можливості для бізнесу

Kobelya-Zvir M. Ya.,

marianakobelia@gmail.com, ORCID ID: 0000-0001-5627-9408,

Ph.D, Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

GRANT OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN THE CONDITIONS OF WAR IN UKRAINE: ADVANTAGES AND DIFFICULTIES

Abstract. The main grant possibilities for the development of small and medium-sized businesses in the conditions of war in Ukraine are considered. The main advantages received by business representatives in wartime, using grant tools and directions of their application for their development are outlined: this is an opportunity to introduce innovative solutions into business processes, expand the range of manufactured products or services provided, start own business from scratch or develop already existing business, development of the export potential of business, implementation of measures for products promotion. It was emphasized that, despite the numerous advantages of using grant, non-refundable resources and the presence of such experience in a large number of Ukrainian small and medium-sized enterprises, the vast majority of business representatives do not use these alternative resources. It was determined that the use of grant resources by representatives of small and medium-sized businesses does not occur both because of the latter's lack of understanding of what grants are and what they can be used for, as well as due to caution and difficulties associated with the process of attracting grant tools, which were considered from the point of view of entrepreneurs. It was concluded that the involvement and use of grant tools of international and national donors by representatives of small and medium-sized businesses in war conditions is one of the most important prerequisites for business development and strengthening the economy of Ukraine, and overcoming difficulties is possible under the condition of high-quality informational, explanatory and educational activities of the executive authorities, local self-

government, funds, grant organizations and programs. The importance of combining promotional activities with educational activities of a practical direction to increase the competences of entrepreneurs in monitoring the information field for current grant resources, adapting business needs/problems to the priorities of a specific donor and developing high-quality applications and business plans was emphasized.

Key words: grants for business, grant support for micro, small and medium entrepreneurship, grant opportunities.

JEL Classification: G30 M29 O16

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-12>

Постановка проблеми. З початком повномасштабного вторгнення російських військ на територію України 24 лютого 2022 року український бізнес зазнав великих збитків. Особливо постраждали ті підприємства, які безпосередньо розташовувалися в зонах бойових дій та опинилися в окупації. Згідно з результатами опитування, яке провела Європейська Бізнес асоціація, суттєво зросли втрати, що зазнає малий та середній бізнес внаслідок війни. 27% опитаних Європейською Бізнес Асоціацією підприємців оцінюють такі втрати в суму до 10 тисяч доларів, 28% – в діапазоні 10-50 тисяч, ще 13% – 50-100 тисяч, а 20% – більше 100 тисяч. Про відсутність втрат повідомляють тільки 5% підприємців [18].

Щоправда, ряд представників мікро-, малого та середнього підприємництва (далі ММСП) вже або відновили свою діяльність, або релокували потужності та продовжують працювати в інших регіонах України. Проте деяким довелося все ж припинити свою роботу, адже їхній запас фінансової стійкості завершився, а для його поповнення альтернативних ресурсів немає. Як прогнозований результат – падіння ВВП і, як наслідок, зниження рівня добробуту населення. Перспективи використання грантових інструментів міжнародних та національних донорів викликали пожвавлення й зацікавленість представників ММСП в Україні. Незважаючи на активну роз'яснювальну кампанію, яка проводилася відповідними грантодавцями, не вщухають дискусії про реальність шансу на отримання гранту та дієвість грантових ресурсів для створення робочих місць, розвитку економіки, зростання добробуту населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема залучення та використання грантових інструментів представниками малого та середнього підприємництва приділялася чимала увага іноземних та вітчизняних науковців. Втім, зазвичай наукові дослідження спрямовувалися на дослідження особливостей залучення грантових інструментів (при цьому варто зауважити, що в економічно розвинених країнах світу бізнес на стадії свого становлення активно залучає грантові кошти). Водночас практично недослідженими з наукової точки зору залишаються проблеми залучення та використання бізнесом грантових ресурсів в умовах війни [7; 15; 17].

Постановка завдання. Метою дослідження є розкрити переваги та труднощі залучення й

використання грантових інструментів представниками ММСП в Україні в умовах війни.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах війни фокус уваги грантодавців зосереджений на підтримці економіки України, наповненні бюджету держави, підвищенні конкурентоспроможності бізнесу. В Україні значна частка в економіці припадає на малі та середні підприємства. ММСП складають приблизно 99,98 відсотка всіх суб'єктів господарювання з точки зору їх кількості, 82 відсотки – за кількістю зайнятих працівників та 65 відсотків – за продажами товарів, робіт і послуг. Саме через соціально-економічний ефект від діяльності ММСП грантодавці пріоритетно підтримують їх бізнес-діяльність. Превалюючі напрямки підтримки: створення нових робочих місць, посилення підготовки персоналу та забезпечення персоналом, створення або відновлення ланцюгів постачання, просування на внутрішньому та зовнішньому ринках, полегшення доступу до фінансування представникам малого та середнього бізнесу.

Найбільш перспективна з погляду грантодавців виробнича сфера. Адже саме завдяки розвитку виробництва створюється додана вартість продукції, з'являється велика кількість робочих місць, сплачуються податки до бюджету, поліпшується бізнес-клімат. Наприклад: Програма «Робота» пропонує гранти до 8 000 000 грн на створення та розвиток переробних підприємств [9].

Сфери послуг і торгівлі привабливі для грантодавців завдяки їх соціально-економічному ефекту. Фонди підтримують мікро- та малий бізнес порівняно невеликими сумами грантів, але досить відчутними для реципієнтів такої допомоги. Це гранти на придбання недорогого обладнання, меблів, сировини, ліцензійного програмного забезпечення, матеріалів, товарів та послуг, пов'язаних із реалізацією бізнес-плану, на маркетингові заходи, лізинг, а також на консультаційну, експертну, менторську й технічну підтримку. Зокрема, Програма «Робота» пропонує мікрогранти до 250 000 грн для створення та розвитку власної справи [12]. У пріоритеті фондів також аграрна сфера. Адже її підтримка – це інвестиція в продовольчу безпеку країни, що вкрай важливо для держави в будь-який час та період. Через наявність постійних дестабілізаційних процесів в економіці нашої країни дуже складно розвивати агробізнес. Великі холдинги страждають від втрати потужностей унаслідок терористичних атак та окупації, а малі й середні підприємства потребують зовнішньої підтримки. Такою

“рукою допомоги” є гранти національних та міжнародних донорів [6; 10; 11].

Підтримка ІТ-сфери є також суттєвою допомогою економіці України. Ще в довоєнні часи (за 2021 рік) ІТ-індустрія принесла майже 7 млрд валютної виручки та сплатила 23,5 млрд гривень податків. Експортна ІТ-індустрія – це відновлення робочих місць, внутрішній попит на товари й послуги, це надходження в економіку України для підтримки нашої боєздатності та забезпечення перемоги. В 2022-му уряд України повідомив про старт грантових програм для ІТ-галузі. ІТ Generation – це навчання для старту кар’єри в ІТ і програма грантів для стартапів у сфері ІТ [1; 16].

Пріоритетний у грантодавців мікро-, малий та середній бізнес України. Згідно з рекомендаціями Європейської Комісії до категорії “малі та середні підприємства (МСП)” належать підприємства, які відповідають таким критеріям: кількість працівників – до 250 осіб, річний дохід – до 50 млн євро та/або річний баланс – до 43 млн євро. Своєю чергою, МСП поділяються на мікро-, малі та середні підприємства.

Підприємства, показники яких перевищують значення поданих у таблиці критеріїв, належать до великих підприємств і не можуть претендувати на грантові ресурси. Дотаційні програми для ММСП відіграють суттєву роль у соціально-економічному розвитку країни. Вони підтримують економіку регіону під час кризових явищ та забезпечують конкурентоспроможність за допомогою технологічних інновацій. Сектор ММСП виконує важливу соціальну функцію, оскільки, по-перше, працевлаштовує переважну більшість зайнятих у приватному секторі, по-друге, зважає на індивідуальні потреби споживачів. З огляду на вагому соціально-економічну функцію для економіки держави та суспільства в цілому багато грантодавців і грантових програм у фокусі уваги тримають підтримку саме ММСП.

У переважній більшості грантових конкурсів серед критеріїв прийнятності є ті, що стосуються відповідної організаційно-правової форми заявника (ФОП, ТОВ, ПП, кооператив тощо). Дотримання

критеріїв прийнятності – необхідна умова отримання гранту. Тобто суб’єкт подання заявки на грантове фінансування повинен бути чинним ФОП або юридичною особою та продемонструвати попередню бізнес-діяльність. Проте деякі грантодавці охоче підтримують фізичних осіб в їх прагненні розпочати бізнес-діяльність. Наприклад: гранти Програми «Робота на відкриття власної справи або ж започаткування переробного підприємства». Щоправда, у випадку підтримки бізнес-плану фізична особа, яка планує його реалізувати, зобов’язана набути організаційно-правової форми [12].

Лояльний до фізичних осіб Український фонд стартапів, який підтримує інноваторів, діяльність яких спрямована на розроблення, створення, впровадження та реалізацію інноваційної продукції. Заявниками на участь у грантовому конкурсі можуть бути фізичні особи, які не мають статусу суб’єкта підприємницької діяльності, але зобов’язуються набути такий статус до укладення договору про надання гранту [21].

Значною від держави є грантова підтримка бізнесу ветеранів. Гранти для ветеранів надає Український ветеранський фонд. Це установа у сфері управління Міністерства у справах ветеранів України. Фонд підтримує не лише ветеранів, а й їхні родини. Нині діє програма мікрофінансування бізнесу ветеранів війни та їхніх родин, завдяки якій можна отримати до 20 000 грн на відшкодування вартості товарів та обладнання для ФОП, придбаних після початку повномасштабної війни. Є дві категорії кандидатів на мікрогрант, які можуть подати заявку:

- Категорія А – члени родин ветеранів війни, які нині беруть участь у бойових діях, зокрема у складі формувань територіальних громад;
- Категорія Б – ветерани війни та члени їхніх родин, діяльність яких як самозайнятих осіб зупинена внаслідок проведення бойових дій.

Таблиця 1

Граничні значення МСП відповідно до класифікації Європейської Комісії станом на 1 січня 2005 р.

Тип підприємства	Кількість персоналу	Річний дохід, млн євро	або	Річний баланс, млн євро
Середнє підприємство	< 250	≤ 50		≤ 43
Мале підприємство	< 50	≤ 10		≤ 10
Мікропідприємство	< 10	≤ 2		≤ 2

Ветерани війни для отримання коштів програми мають бути не на службі на час подання заявки. А членами сім'ї вважаються дружини/чоловіки, діти, батьки. Обов'язковою є наявність уже зареєстрованого на момент подання заявки ФОП (фізичні особи-підприємці) першої, другої, третьої групи платників податку або здійснення незалежної професійної діяльності [20].

Учасники та учасниці бойових дій, а також їхні дружини або чоловіки можуть подати заявку та отримати фінансування від держави на реалізацію власної ідеї чи масштабування бізнесу. Грант від держави можна вкласти в розвиток власної справи: оплатити оренду, придбати сировину, обладнання, необхідні матеріали чи ліцензійне програмне забезпечення або замовити рекламу. Учасники бойових дій або їх партнери можуть подати заяву на отримання одного з грантів:

- 250 000 грн – подати заявку можуть лише ветерани;
- 500 000 грн – податися може чоловік або дружина учасника чи учасниці бойових дій;
- 1 млн грн – подати заявку може ветеран, який є фізичною особою-підприємцем (ФОП) не менше ніж 3 роки.

При отриманні грантів на суму 500 000 грн та 1 млн грн програма «Робота» покриває 70% вартості проекту, а 30% – сам отримувач. Також обов'язковою умовою є створення від 1 до 4 робочих місць залежно від типу гранту [13].

Представники мікро-, малого та середнього підприємництва можуть претендувати на грантову підтримку від фондів для діяльності, що стосується таких пріоритетів: відкриття власної справи, розвиток уже існуючого бізнесу, розширення виробничих потужностей, вихід на нові ринки, експорт, створення нових робочих місць, адаптація або перепрофілювання бізнес-діяльності, започаткування та розвиток соціального підприємництва, запозичення досвіду від іноземного бізнесу, консультаційна, експертна підтримка, впровадження інноваційних ідей. У залежності від критеріїв прийнятності, видів і розміру допустимих витрат по кожному окремому конкурсу фінансова підтримка грантодавця може бути використана на оплату праці, закупівлю сировини та матеріалів, орендну плату за приміщення, закупівлю або оренду обладнання, лізинг, консультативні послуги тощо. Суми грантів різняться в залежності від сфери діяльності, особливостей заявника, грантодавця та грантової програми. Грантове фінансування в розмірі \$10 000-50 000 може бути надане на такі бізнес-проекти: проведення аналізу ринку, розширення виробництва, створення нових робочих місць, створення концептуального проекту для розуміння того, куди і як далі рухатися з продуктом, перепрофілювання діяльності або адаптація до нових умов, запуск соціального підприємства, створення прототипу продукту, участь у міжнародних конференціях, виставках/форумах, отримання експертної або менторської підтримки, організація бізнес-заходів і т.п. У межах урядової програми підтримки бізнесу

«Робота» представники переробної галузі можуть отримати до 8000 000 грн на розширення діяльності та розвиток свого підприємства. Грант можна спрямувати на придбання обладнання, його доставку й налаштування [9]. Бізнес може розраховувати й на значно більші бюджети, які іноді сягають кількох мільйонів євро. Таке фінансування надається на реалізацію масштабного проекту або проведення повноцінної розробки. Проекти, що претендують на такі гранти, повинні мати суттєву новаторську, інноваційну складову і перспективу масштабування на зовнішні ринки. Обов'язковою є умова партнерства з трьома і більше організаціями з країн ЄС і т.п. Такі можливості дає, зокрема, Програма «Горизонт Європа» [2].

Для представників ММСП доступна методологічна, експертна, консультаційна підтримка. Яскравим прикладом такої «руки допомоги» для бізнесу є ЄБРР. Компаніям, які прагнуть перейти на новий рівень свого розвитку, ЄБРР надає методологічну та фінансову підтримку щодо реалізації консультаційних проектів. ЄБРР допомагає підприємствам залучати висококваліфікованих консультантів, які здатні якісно трансформувати їхній бізнес, і надає гранти для часткової оплати послуг консультантів. На грант від ЄБРР можуть претендувати малі та середні підприємства, які представляють усі сектори, крім фінансового, страхового, тютюнового, ігрового, військово-промислового, виробництво міцних алкогольних напоїв. Гранти надаються на такі види консультацій: стратегія, маркетинг, бізнес-планування, організаційна й операційна діяльність, впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, інженерно-технічні рішення, впровадження стандартів серії ISO, інших галузевих стандартів, фінансовий аналіз і планування, перехід на МСФЗ, енергоефективність та екологічний менеджмент тощо [4].

Є ряд організацій, які надають консультативну підтримку українському бізнесу.

PUM Netherlands Senior Experts – некомерційне об'єднання більше ніж 3000 експертів із різних галузей виробництва, сільського господарства, торгівлі, послуг, логістики, фінансів та управління, які допомагають підприємствам у 65 країнах світу. Працюючи спільно з місцевими керівниками, експерт Програми аналізує стан справ і проблеми підприємства чи організації, розробляє шляхи їхнього вирішення, допомагає знайти потрібне обладнання, поліпшити технологію. Це допомога у реалізації проектів, які стосуються збереження довкілля, енергозбереження та відновлювальної енергетики, очищення стоків, побутових відходів, постачання питної води [5].

Служба Старших Експертів (SES) – провідна німецька організація та однойменний благодійний фонд, що направляє фахівців із Німеччини на проекти в інші країни на громадських засадах. Експерти з різноманітних сфер діяльності, які мають багаторічний професійний досвід, готові на безоплатній основі працювати на будь-якому підприємстві й надати співробітникам допомогу. Питання, які вирішуються експертами, полягають насамперед у

підвищенні кваліфікації персоналу, наданні практичної допомоги при вирішенні різноманітних задач технічного та організаційного характеру, наприклад: організація підприємства, поліпшення якості, навчання персоналу, розробка сучасних концепцій збуту і маркетингу, експорт продукції, модернізація виробництва [19].

Водночас є гранти для представників МСП на бізнес-подорожі, обмін досвідом, відвідини виставок за кордоном, представлення себе на міжнародних івентах.

У лютому 2023 року Україна приєдналася до **Програми ЄС “Єдиний ринок”**. Це програма фінансової підтримки ЄС з бюджетом 4,2 млрд євро, яка розрахована на 7 років (з 2021-го по 2027 роки). Приєднання України до вказаної програми дозволить посилити співпрацю з ЄС, що особливо актуально з огляду на євроінтеграційні процеси та набуття Україною статусу кандидата в ЄС. Започатковано два конкурси пропозицій під спільною назвою “ReadyForEU” із загальним бюджетом 7,5 млн євро. Ці два конкурси спрямовані на те, щоб допомогти українським підприємцям та підприємствам скористатися перевагами Єдиного ринку. Перший конкурс “Бізнес-міст”, бюджет якого становить 4,5 млн євро, забезпечить фінансову підтримку українським малим та середнім підприємствам, які постраждали від війни, у вигляді ваучерів на доступ до послуг та участь у виставках у ЄС. Метою конкурсу є створення консорціуму бізнес-організацій, який відбере до 1 500 українських МСП, орієнтованих на зростання та сталий розвиток, для прямої підтримки в розмірі до 2 500 євро. Ця пряма підтримка буде покривати українським МСП витрати на послуги з підтримки бізнесу, якот: дослідження ринку для пошуку європейських партнерів; юридичні, організаційні або фінансові консультації для створення нової компанії або адаптації наявної; допомога в участі в торгових ярмарках у ЄС або у виїзді на них та юридичні консультації з прав інтелектуальної власності [3]. Другий конкурс “Erasmus для молодих підприємців – Україна” з бюджетом у 3 млн євро дозволить новим українським підприємцям набутти підприємницький досвід в інших європейських країнах. У межах конкурсу будуть відібрані організації в Україні та ЄС, які приймуть до 430 нових українських підприємців і знайдуть для них підприємців, що співпрацюватимуть із ними в ЄС. Потім цим підприємцям буде надана фінансова підтримка й допомога в оплаті проживання та подорожі [14].

Незважаючи на наявність великого обсягу та різноманітність грантової підтримки для представників малого та середнього бізнесу в Україні від міжнародних та національних грантодавців переважна більшість підприємців не користуються грантовими ресурсами. Розглянемо основні причини цього, перестороги та труднощі в залученні грантових інструментів, які вказують при опитуванні представники ММСП, згруповані тематично. Основні перестороги та проблеми, що вказують представники ММСП, стосуються таких блоків

питань (відповідно до опитування, проведеного Центром розвитку “ЧАС ЗМІН”) [8]:

1. Непоінформованість у питаннях грантових можливостей для бізнесу. В основному питання, що виникають у представників ММСП, стосуються того, які є гранти для них, на що можна просити підтримки у грантодавців. Варто зазначити, що інформація про актуальні грантові можливості розміщується на веб-сайтах грантодавців, на тематичних сторінках у соціальних мережах, а також на спеціалізованих інформаційних сайтах-агрегаторах. Але для більшості представників бізнесу інформація про гранти є, як вони самі зазначають “далекою” та “незрозумілою”. Причина цьому проста та очевидна: в Україні, ані на рівні середньої, ані на рівні вищої освіти не навчають користуватися грантовими інструментами. Тому відкриття грантових конкурсів, реалізація проектів, що підтримуються грантовими ресурсами, повинні супроводжуватися широкою інформаційно-роз’яснювальною та просвітницькою кампанією від грантодавців. Також важливим інструментом, що здатен суттєво підвищити рівень розуміння представників ММСП у темі грантових можливостей, є запровадження на рівні держави просвітницьких проектів для розміщення інформації про гранти та ширення культури залучення грантових інструментів.

2. Відсутність умінь та компетенцій із розробки грантових проектів. Цей блок питань в основному стосується набуття практичних навичок та компетенцій представників ММСП щодо розробки якісних, конкурентоспроможних проектних пропозицій, які б мали перспективу бути підтриманими грантодавцями. Тому процес ширення інформації про актуальні грантові можливості повинен супроводжуватися проведенням низки зустрічей-навчань практичного спрямування за участі представників бізнесу: фінансистів, бухгалтерів, економістів, топ-менеджерів. Також важливим інструментом, що здатен суттєво вплинути на ефективність залучення грантових коштів, є запровадження на підприємствах посади «Грант менеджера», в обов’язки якого повинні входити моніторинг інформаційного поля на предмет актуальних грантових ресурсів, адаптація потреби/проблеми бізнесу під пріоритети конкретного донора та розробка якісних аплікаційних заявок і бізнес-планів.

3. Недовіра представників бізнесу до грантових можливостей та побоювання відповідальності. Така недовіра та побоювання проявляється в таких питаннях: “чи реально отримати грант”, “грант потрібно повернути”, “які санкції у випадку невиконання грантових зобов’язань”, “яка звітність за виконанням грантового проекту” і т. п. Дієвим методом для зменшення рівня недовіри та суб’єктивних побоювань представників бізнесу в питаннях залучення грантових інструментів є реалізація широкої роз’яснювальної діяльності представниками фондів та грантових програм. Безумовно, що донори і зараз реалізують інформаційно-настановчі заходи. Проте, як виявляється, цього мало. Ефективним інструментом може бути

ширення просвітницької інформації на рівні всеукраїнських ЗМІ та поєднання комунікаційних кампаній у різних соціальних мережах одночасно.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Отже, в умовах війни вітчизняні суб'єкти господарювання захищають державу на економічному фронті. А роль грантової підтримки у цьому процесі значна. Адже, надаючи безповоротну грошову та негрошову допомогу представникам ММСП, грантодавці сприяють створенню робочих місць і сплаті податків до бюджету. Бізнес має можливість не лише вистояти в скрутних умовах, але й розвиватися та виходити на новий рівень прибутковості. Незважаючи на низький рівень поінформованості представників бізнесу у темі грантових можливостей та низький рівень компетенцій підприємців щодо роботи з грантодавцями, процес залучення грантових ресурсів набуває оберті. Використання наявних грантових ресурсів представниками ММСП дає їм можливість проводити аналіз ринку, розширювати виробництво, збільшувати асортимент продукції, створювати концептуальні проекти для розуміння того, куди і як далі рухатися з продуктом, перепрофілювати діяльність або адаптовувати до нових умов, брати участь у міжнародних конференціях, виставках/форумах, обмінюватися досвідом тощо. Це можна вважати одним із суб'єктивних індикаторів досягнення позитивного ефекту від використання грантових інструментів. Визначення об'єктивних кількісних та якісних показників, що можуть описати економічний ефект від залучення грантових ресурсів ММСП для економіки України в умовах війни, повинно стати основою для подальших наукових розвідок у цьому напрямі.

ЛІТЕРАТУРА

1. DAN.IT. URL: <https://dan-it.com.ua/uk/it-generation>.
2. Horizon Europe (HORIZON). Funding & tender opportunities. European Commission. URL: <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portals/screen/programmes/horizon>.
3. Single Market Programme (SMP). URL: <http://surl.li/fcumk>.
4. Support for small businesses. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). URL: <https://www.ebrd.com/knowhow?fbclid=IwAR0QZfAh2A6n-1QY6zo7feMzP2-skWPf-uLbMZTH68HpvA-HySCmhaRGZKGI>.
5. Towards a vibrant business environment. PUM Netherlands Senior Experts. URL: <https://www.pum.nl/en>.
6. USAID. URL: <https://www.facebook.com/usaid.agro>.
7. Буняк Н. Ринок праці в Україні: сучасний стан та шляхи стабілізації. URL: <https://www.echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/771/626>.
8. Гранти 2023. Центр розвитку "ЧАС ЗМІН". URL: <http://www.chaszmin.com.ua/granty-2023>.

9. ДІА. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-pererobne-pidpriemstvo>.

10. ДІА. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-sad>.

11. ДІА. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-teplicyu>.

12. ДІА. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-vlasnu-spravu>.

13. ДІА. URL: <https://diia.gov.ua/services/grant-dlya-veteraniv-ta-chleniv-yihnih-simej>.

14. Європейська програма обміну для підприємців. URL: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>.

15. Ковальов С. М. Грантове фінансування інвестицій у сільське господарство України. URL: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u349/zbirnik_tez_iae.pdf#page=223.

16. Порядок реалізації експериментального проекту щодо надання на конкурсних засадах фінансової підтримки стартапам в Україні, у тому числі в сфері інформаційних технологій. URL: <https://drive.google.com/file/d/1c9wjs8b74hFO2JcRvgiVFTTIZcGKgD70/view>.

17. Мірошник Р. О., Прокоп'єва У. О. Розвиток малого і середнього бізнесу в Україні: проблеми і перспективи. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/may/21613/maket200296-65-73.pdf>.

18. Сайт Європейської бізнес асоціації. URL: <http://surl.li/efvdu>.

19. Служба Старших Експертів (SES). URL: <https://www.ses-bonn.de/startseite>.

20. Український ветеранський фонд. URL: <https://veteranfund.com.ua/>.

21. Український фонд стартапів. URL: <https://usf.com.ua>.

REFERENCES

1. DAN.IT., available at: <https://dan-it.com.ua/uk/it-generation>.
2. Horizon Europe (HORIZON). Funding & tender opportunities. European Commission., available at: <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portals/screen/programmes/horizon>.
3. Single Market Programme (SMP), available at: <http://surl.li/fcumk>.
4. Support for small businesses. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), available at: <https://www.ebrd.com/knowhow?fbclid=IwAR0QZfAh2A6n-1QY6zo7feMzP2-skWPf-uLbMZTH68HpvA-HySCmhaRGZKGI>.
5. Towards a vibrant business environment. PUM Netherlands Senior Experts., available at: <https://www.pum.nl/en>.
6. USAID, available at: <https://www.facebook.com/usaid.agro>.
7. Buniak N. Rynok pratsi v Ukraini: suchasnyj stan ta shliakhy stabilizatsii, available at: <https://www.echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/view/771/626>.
8. Hranty 2023. Tsentri rozvytku "ChAS ZMIN"., available at: <http://www.chaszmin.com.ua/granty-2023>.

9. DIYa, available at: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-pererobne-pidpriemstvo>.

10. DIYa, available at: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-sad>.

11. DIYa, available at: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-teplycyu>.

12. DIYa, available at: <https://diia.gov.ua/services/grant-na-vlasnu-spravu>.

13. DIYa, available at: <https://diia.gov.ua/services/grant-dlya-veteraniv-ta-chleniv-yihnih-simej>.

14. Yevropejs'ka prohrama obminu dlia pidpriemstv, available at: <https://www.erasmus-entrepreneurs.eu/>.

15. Koval'ov, S. M. Hrantove finansuvannia investytsij u sil's'ke hospodarstvo Ukrainy, available at: https://nubip.edu.ua/sites/default/files/u349/zbirnik_tez_iae.pdf#page=223.

16. Poriadok realizatsii eksperymental'noho proektu schodo nadannia na konkursnykh zasadakh finansovoi pidtrymky startapam v Ukraini, u tomu chysli v sferi informatsijnykh tekhnolohij, available at:

<https://drive.google.com/file/d/1c9wjs8b74hFO2JcRvgiVFTTIZcGKgD70/view>.

17. Miroshnyk, R. O. and Prokop'ieva, U. O. Rozvytok maloho i seredn'oho biznesu v Ukraini: problemy i perspektyvy, available at: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2020/may/21613/maket_200296-65-73.pdf.

18. Sajt Yevropejs'koi biznes asotsiatsii, available at: <http://surl.li/efvdu>.

19. Sluzhba Starshykh Ekspertiv (SES), available at: <https://www.ses-bonn.de/startseite>.

20. Ukrain's'kyj veterans'kyj fond, available at: <https://veteranfund.com.ua/>.

21. Ukrain's'kyj fond startapiv, available at: <https://usf.com.ua>.

Стаття надійшла до редакції 19 червня 2023 року

УДК 338.48:657

Миронов Ю. Б.,

yuriy@myronov.com, ORCID: 0000-0002-9015-506X, Researcher ID: E-9613-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Сватюк О. Р.,

oksana.r.svatiuk@lpnu.ua, ORCID: 0000-0003-0099-2532,

к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту персоналу і управління, Національний університет “Львівська політехніка”, м. Львів

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ ТА ДОЗВІЛЛЯ

Анотація. *Управління ризиками підприємств індустрії туризму та у сфері дозвілля – це процес визначення, аналізу, оцінювання та контролю ризиків, пов'язаних із їх діяльністю. Це важливий елемент стратегії управління бізнесом, оскільки дозволяє підприємствам мінімізувати втрати і зберегти свою репутацію. У статті розглядаються поняття ризику, джерела виникнення ризиків підприємств сфери туризму та організації дозвілля. Аналізуються ризики, які виникли внаслідок пандемії COVID-19 та воєнного стану в Україні. Визначено, що успіх вирішення проблем ризиків залежить від ефективної системи управління ними. Ця система має свою специфіку та спрямована на розробку певних дій із мінімізації впливу ризиків, їх виявлення та контролю. Система управління ризиками підприємств, які надають послуги туризму та організації дозвілля, – це комплекс заходів, що мають на меті забезпечити безпеку підприємства, його співробітників, а також туристів, рекреантів, інших клієнтів, зменшити наслідки негативних подій. Доводиться, що управління ризиками повинно бути спрямоване на забезпечення якісних туристичних та дозвіллевих послуг, які відповідають вимогам споживачів та мають високу якість. Для досягнення цієї мети необхідно забезпечувати якість послуг та забезпечувати високий рівень обслуговування. Також важливим є забезпечення доступу до інформації про ризики та заходи, що були прийняті для їх зменшення. Це допоможе туристам зробити правильний вибір послуг та забезпечить їхню безпеку. Одним з ключових аспектів формування системи управління ризиками у сфері туризму та дозвілля є забезпечення належного контролю за діяльністю туристичних підприємств та організації, котрі працюють у сфері організації дозвілля. Контроль має бути спрямований на попередження ризиків та забезпечення безпеки клієнтів. Належне оцінювання операційних, фінансових і юридичних ризиків може допомогти підприємствам приймати обґрунтовані рішення про те, як найкраще керувати своїми операціями, водночас забезпечуючи клієнтам приємні враження під час відвідування місця призначення або участі в діяльності, яку пропонує їхній бізнес. Ефективне управління ризиками також дозволить підприємствам залишатися успішними й прибутковими за різних ринкових умов. Для досягнення цієї мети необхідно розробляти ефективні стратегії управління ризиками та плани дій у випадку їх виникнення, забезпечувати належну підготовку персоналу та необхідну якість туристичних послуг і послуг дозвілля.*

Ключові слова: туризм, дозвілля, ризик, ризик-менеджмент, управління ризиками, персонал.

Myronov Yu. B.,

yuriy@myronov.com, ORCID: 0000-0002-9015-506X, Researcher ID: E-9613-2019,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel&Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Svatiuk O. R.,

oksana.r.svatiuk@lpnu.ua, ORCID: 0000-0003-0099-2532,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Human Resource Management and Administration, “Lviv Polytechnic” National University, Lviv

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO TOURISM AND LEISURE INDUSTRY ENTERPRISES RISK MANAGEMENT

Abstract. Risk management for tourism and leisure companies is the process of identifying, analyzing, assessing and controlling the risks associated with their activities. This is an important element of the business management strategy as it allows enterprises to minimize losses and maintain their reputation. The article examines the concept of risk as well as risks sources for tourism and leisure enterprises. The risks arising from the COVID-19 pandemic and martial law in Ukraine are analyzed. It is determined that the success of solving risk problems depends on an effective risk management system. This system has its own specifics and is aimed at developing certain actions to minimize risks impact, identify and control it. The risk management system of tourism and leisure enterprises is a set of measures aimed at ensuring the safety of the enterprise, its employees as well as tourists, recreationists and other clients, and reducing the consequences of negative events. It is proved that risk management should be aimed at providing quality tourism and leisure services that meet the consumers' requirements and are of a high quality. To achieve this goal it is necessary to ensure the quality of services and provide a high servicing level. It is also important to provide access to information about risks and measures taken to mitigate them. This will help tourists make the right choice of services and ensure their safety. One of the key aspects of establishing a risk management system in tourism and leisure is to ensure proper control over the activities of tourism enterprises and organizations operating in the field of leisure. The control should be aimed at preventing risks and ensuring customer safety. Properly assessing operational, financial and legal risks can help businesses make optimal decisions about how best to manage their operations while ensuring that customers have a pleasant experience when visiting destinations or participating in the activities offered by their business. Risk management can help businesses remain successful and profitable in a variety of market conditions. To achieve this goal it is necessary to develop effective risk management strategies and contingency plans, ensure proper staff training and the required travel and leisure services quality.

Keywords: tourism, leisure, risk, risk management, personnel.

JEL Classification : D81, G32, L82, L83

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-13>

Постановка проблеми. Сфери туризму та дозвілля є одними з найбільш розвинених галузей економік багатьох країн світу. Однак разом зі зростанням цих галузей зростають і ризики, пов'язані з туристичними та дозвілльєвими послугами. Управління ризиками є важливим аспектом у забезпеченні безпеки та задоволення туристів. Формування системи управління ризиками вимагає розуміння різноманітних видів ризиків, які можуть виникнути в процесі надання туристичних послуг та послуг дозвілля. Ці ризики можуть бути пов'язані зі здоров'ям туристів, безпекою, фінансовими ризиками, екологічними проблемами та іншими чинниками. Управління цими ризиками допомагає забезпечити безпеку та задоволення туристів, а також забезпечує успішну діяльність підприємств сфери туризму й організації дозвілля.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні й методологічні основи ризик-менеджменту підприємств індустрії туризму та дозвілля представлені в працях таких українських та іноземних науковців, як Богдан Н. [1], Брич В., Крамарчук С. [2], Євтушенко Г. [3], Калініченко С. [4], Кравцова А. [5], Лукінова Е., Оболенцева Л. [6], Писаревський І., Стешенко О. [7], Steene A. [8], Ural M. [9] та ін. На думку Carvalho I. та Ivanov S. [10], штучний інтелект, ChatGPT і подібні моделі, ймовірно, матимуть глибокий вплив на операційні процеси в галузі, а саме: сприятимуть подальшій оптимізації обслуговування клієнтів та мінімізуватимуть операційні ризики. Втім, особливості та

специфіка сучасного етапу розвитку ринків туристичних послуг та послуг дозвілля, потреба у стратегічному баченні перспектив згадуваних бізнесів в Україні на шляху до перемоги, встановлення миру й європейської інтеграції зумовлюють потребу в інноваційних підходах до управління, обґрунтуванні нових теоретико-методологічних і практичних засад управління ризикозахищеністю та формування відповідних систем у межах туристичних підприємств та підприємств сфери дозвілля.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування теоретичних і методологічних засад формування системи управління ризиками туристичних підприємств та підприємств сфери дозвілля за сучасних умов.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ризик у туризмі та сфері дозвілля стосується потенційних збитків або втрат у результаті діяльності туристів, туроператорів, організаторів дозвілля та інших зацікавлених сторін. Він включає фізичні ризики, такі як нещасні випадки чи стихійні лиха, а також фінансові ризики, такі як коливання валют і економічні спади. Ризик також охоплює репутаційні ризики, у тому числі пов'язані з негативним висвітленням діяльності підприємства у засобах масової інформації та невдоволенням клієнтів. Управління ризиками є ключовим компонентом успішного бізнесу та передбачає виявлення, оцінювання та пом'якшення потенційних ризиків з метою мінімізації їх впливу.

Загалом ризик у туризмі та у сфері дозвілля – це ймовірність того, що фірма зазнає збитків у випадку, якщо в прийнятих управлінських рішеннях були допущені помилки або прорахунки. Поняття ризику закладено в основі будь-якої підприємницької діяльності, тому що підприємець сам обирає для себе шляхи вирішення певних проблем та сферу діяльності, і його рішення не завжди є правильними. У ринкових умовах серед підприємств завжди існує конкуренція, і ніхто не знає заздалегідь, хто буде переможцем цих змагань [1, с. 207].

Управління ризиками у сфері надання туристичних та дозвіллевих послуг є важливим фактором, який слід враховувати, коли йдеться про ведення успішного бізнесу. Це передбачає оцінювання й управління потенційними ризиками, пов'язаними з функціонуванням бізнесу, і це важливо як для безпеки клієнтів, так і для прибутковості самого бізнесу.

Управління ризиками (або ризик-менеджмент) – це сукупність методів, прийомів і заходів, що дозволяють певною мірою прогнозувати настання ризикових подій і вживати заходів щодо їхньої мінімізації [7, с. 69]. Управління ризиками можна розділити на три основні сфери: операційний ризик, фінансовий ризик і юридичний ризик. Кожна з цих сфер охоплює власний набір унікальних проблем і потребує ретельного розгляду й аналізу, щоб забезпечити ефективне управління всіма ризиками.

Операційний ризик передбачає оцінювання потенційних ризиків, пов'язаних із веденням бізнесу, оцінювання безпеки клієнтів, працівників, операційних процесів та будь-яких інших потенційних ризиків, які можуть виникнути в результаті роботи. Управління операційним ризиком вимагає ретельного планування та оцінювання, щоб гарантувати, що всі аспекти операцій є максимально безпечними для клієнтів і співробітників. Це також передбачає розробку протоколів для реагування на будь-які інциденти або надзвичайні ситуації, що можуть виникнути під час надання послуг та ведення бізнесу.

Фінансовий ризик є наступним важливим аспектом управління ризиками. Передбачається оцінювання фінансової стабільності організації, включаючи її здатність генерувати прибуток, виплачувати борги та підтримувати достатній грошовий потік. Управління фінансовими ризиками також вимагає ретельного планування, щоб гарантувати, що будь-які інвестиції, зроблені в бізнес, є обґрунтованими та сприятимуть отриманню прибутків у майбутньому. Крім того, управління фінансовими ризиками передбачає ретельний моніторинг витрат, аби переконатися, що вони не перевищують доходи, отримані бізнесом.

Ще одним важливим аспектом управління ризиками є юридичний ризик. Передбачається розуміння місцевого законодавства, пов'язаного з веденням туристичного бізнесу та бізнесу у сфері організації дозвілля, а також знання всіх міжнародних правил, пов'язаних із подорожами чи відпочинком у різних країнах та регіонах. Юридичний

ризик може включати оцінювання контрактів між сторонами, також передбачається наявність відповідного страхового покриття на випадок виникнення будь-яких юридичних проблем під час здійснення господарської діяльності.

За останні декілька років індустрія туризму та сфера організації дозвілля України виявилися одними з найбільш постраждалих внаслідок пандемії COVID-19 та воєнного стану. Ці ризики стали великою проблемою для підприємств, які змушені були шукати способи, щоб зберегти свої бізнеси за таких умов, адже послуги, які ними надаються, не є послугами першої необхідності, а отже клієнтам доволі легко від них відмовитися.

Пандемія COVID-19 швидко поширилася по всьому світу, призвівши до закриття кордонів та обмеження міжнародних подорожей. Це стало справжнім ударом для туристичних підприємств, що зазвичай залежать від туристів, які приїжджають із інших країн. Низка країн ввела карантинні обмеження та інші заходи, аби зупинити поширення вірусу, що виявилось причиною великої кількості відмов туристів від подорожей. Серйозним викликом для туристичних підприємств стали також воєнний стан в Україні та пов'язані з ним ризики. Це може призвести до значного зменшення туристичного потоку, скорочення доходів та втрати клієнтів.

Одним із найбільш очевидних ризиків воєнного стану є загроза безпеці туристів та користувачів послуг дозвілля. В зоні конфлікту існують ризики терористичних нападів, бомбових вибухів та інших небезпечних подій. Клієнти досліджуваних бізнесів можуть стати жертвою цих нападів, що може призвести до серйозних наслідків для їхнього здоров'я та життя. Таким чином, туристичні підприємства та підприємства сфери організації дозвілля повинні бути дуже обережними та вживати всіх необхідних заходів для максимального забезпечення безпеки своїх клієнтів.

З огляду на можливі ризики та загрози у туризмі та сфері дозвілля, їх різноманіття кожному підприємству необхідна дієва система управління ризиками. Управління ризиками в туризмі та у сфері дозвілля передбачає виявлення потенційних ризиків, оцінювання ймовірності їх виникнення, а потім вжиття заходів для їх пом'якшення або усунення.

Основною умовою проведення успішного ризик-менеджменту є постійний моніторинг процесів, які відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі організації. Основними ж принципами діагностики туристичних підприємств та підприємств сфери дозвілля мають стати:

- принцип професіоналізму;
- принцип відповідності;
- принцип своєчасності;
- принцип ієрархії інформаційного середовища;
- принцип функціональності;
- принцип адекватної реакції (адекватності);
- принцип розумного прийняття [5, с. 94; 6, с. 301].

Вирішення проблеми ризиків залежить від ефективної системи управління. Така система має свою специфіку та спрямована на мінімізацію впливу ризиків і розробку конкретних заходів для їх ідентифікації, контролю й уникнення.

Система управління ризиками підприємства індустрії туризму та дозвілля – це комплекс заходів, що мають на меті забезпечити безпеку підприємства, його співробітників, а також клієнтів, зменшити наслідки негативних подій. Ця система базується на аналізі ідентифікованих ризиків та розробці планів дій із їх управління та реалізується етапно за схемою, наведеною у таблиці 1.

Система управління ризиками допомагає зменшити ризики та збільшити ефективність діяльності підприємства. Аналіз ризиків та розробка планів дій із їх управління дозволяє підготуватись до

можливих негативних подій та мінімізувати їх наслідки. Реалізація планів дій, моніторинг та оцінювання ефективності заходів із управління ризиками, а також управління комунікаціями забезпечують ефективне функціонування підприємства та забезпечення безпеки туристів та співробітників.

Ефективний ризик-менеджмент потребує застосування системи методів управління ризиком, до складу якої повинні входити два-три організаційних методи та не менше одного економічного методу. Перелік найбільш доцільних до реалізації методів управління ризиком залежно від рівня та ймовірності прояву ризику наведений у таблиці 2.

Таблиця 1

Етапи управління ризиками туристичних підприємств та підприємств сфери дозвілля

№	Назва етапу	Характеристика
1	Аналіз ризику	Аналіз ризиків – процес ідентифікації можливих ризиків та оцінювання їх впливу на діяльність підприємства. У процесі аналізу ризиків враховуються фінансові, економічні, соціальні, природні та технічні чинники, які можуть призвести до негативних наслідків.
2	Планування	Після ідентифікації можливих ризиків наступним кроком є розробка планів дій із управління ризиками. Ці плани включають в себе конкретні кроки, які будуть вжиті у випадку виникнення ризику, а також визначення ресурсів, які будуть задіяні та як буде забезпечена взаємодія зі стейкхолдерами.
3	Реалізація	Реалізація планів дій є наступним етапом системи управління ризиками. Цей етап включає запобігання ризикам та реагування на негативні події.
4	Моніторинг та оцінювання	Моніторинг та оцінювання ефективності заходів із управління ризиками – це процес контролю за діяльністю туристичного підприємства з метою виявлення та вирішення проблем, що виникають, а також оцінювання ефективності заходів із управління ризиками.
5	Управління комунікаціями	Управління комунікаціями є важливим елементом системи управління ризиками. Воно забезпечує ефективне спілкування зі стейкхолдерами, включаючи туристів, співробітників, партнерів та громадськість, з метою виявлення та вирішення проблем.

Побудовано авторами.

Таблиця 2

Можливі рішення щодо вибору методу управління ризиком

Рівні збитків	Ймовірність збитків					
	Близька до нуля	Низька	Невисока	Середня	Висока	Близька до одиниці
Незначні	Прийняття ризику				Прийняття ризику або створення запасів чи резервів	
Малі	Створення резервів, запасів, фондів					
Помірні	Створення резервів, запасів		Зовнішнє страхування чи розподіл ризику			Уникнення ризику
Середні	Зовнішнє страхування чи розподіл ризику				Уникнення ризику	
Великі	Зовнішнє страхування чи розподіл ризику				Уникнення ризику	
Катастрофічні	Зовнішнє страхування чи розподіл ризику		Уникнення ризику			

Джерело: побудовано за даними [11].

Для прикладу розрахуємо ризики для підприємства сфери дозвілля – пейнтбольного клубу. Пейнтбол – це не лише гра, а захопливе дійство, де кожен зможе відчути, що таке справжнє змагання і командний дух. Це все проходить під наглядом інструктора з використанням дієвої системи безпеки та устаткування. Аналіз найбільш можливих ризиків діяльності пейнтбольного клубу у м. Львів за умов воєнного стану в Україні наведено у таблиці 3.

Рівень ризику (PP) розраховувався за формулою (1):

$$PP = I \cdot H,$$

де I – експертна оцінка ймовірності настання ризику, H – експертна оцінка наслідків настання ризику.

Розраховані рівні ризиків аналізуються за допомогою матриці ризиків (рис. 1), де ризики з рівнем від 1 до 4 вважаються ризиками низького рівня, від 5 до 10 – середнього, і вище 10 – високого рівня.

Таблиця 3

Аналіз ризиків діяльності пейнтбольного клубу за умов воєнного стану

№	Ризик	Ймовірність настання ризику, $I = 1...5$	Наслідки настання ризику, $H = 1...5$	Рівень ризику, PP
1	Втрата бізнесу внаслідок воєнних дій	2	5	10
2	Фокусування потенційного споживача на товарах і послугах першої необхідності	5	4	20
3	Споживачі обиратимуть послуги конкурентів	3	4	12
4	Відсутність або перебої з електроенергією	5	3	15
5	Вихід із ладу обладнання через перебої з електроенергією	3	3	9

Побудовано авторами.

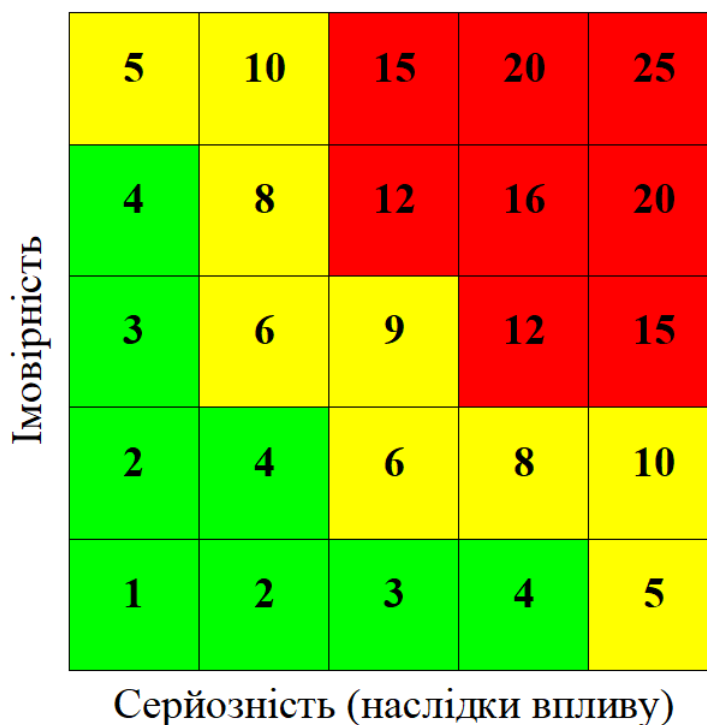


Рис. 1. Матриця ризиків

Побудовано авторами.

Рекомендовані заходи оптимізації ризиків

№	Види ризиків	Заходи мінімізації ризиків
1	Втрата бізнесу внаслідок воєнних дій	Розміщення клубу в безпечній географічній зоні. Укладення страхового полісу з відповідним страховим забезпеченням.
2	Фокусування потенційного споживача на товарах і послугах першої необхідності	Розширення асортименту послуг (наприклад, тактична підготовка), привабливі цінові пропозиції.
3	Споживачі обирають послуги конкурентів	Пропозиція унікальних послуг та додаткових переваг. Рекламна кампанія та маркетингові акції.
4	Відсутність або перебої з електроенергією	Встановлення додаткових джерел електроенергії (генератори, акумуляторні батареї, сонячні панелі).
5	Вихід із ладу обладнання через перебої з електроенергією	Встановлення резервних джерел живлення. Регулярне технічне обслуговування та перевірка обладнання.

Побудовано авторами.

Рекомендовані заходи оптимізації ризиків пейнтбольного клубу у м. Львів за умов воєнного стану наведено у таблиці 4.

Одним із важливих компонентів системи управління ризиками в туризмі та у сфері організації дозвілля є розробка ефективних стратегій управління ризиками та їх впровадження в практику. Ці стратегії повинні бути спрямовані на зменшення ризиків та забезпечення безпеки туристів. У процесі стратегічного управління менеджери мають постійно враховувати фактори невизначеності і ризику, переоцінювати пріоритети залежно від змін зовнішнього середовища [12, с. 277]. Також важливою є належна підготовка і кваліфікація персоналу, який працює в туристичній галузі чи сфері організації дозвілля, з метою забезпечення безпеки та задоволення туристів.

Управління ризиками повинно спрямовуватися на забезпечення якісних туристичних послуг та послуг дозвілля, що відповідають вимогам туристів та мають належну якість. Також важливим є надання належної інформації про ризики та заходи, що були прийняті для їх зменшення. Це допоможе туристам зробити правильний вибір послуг та максимізує їхню безпеку.

Одним із важливих аспектів формування системи управління ризиками в туризмі та у сфері організації дозвілля повинно стати забезпечення належного державного нагляду та контролю за діяльністю відповідних приватних підприємств та організацій. Контроль має бути спрямований на попередження ризиків та забезпечення безпеки туристів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Загалом управління ризиками, пов'язаними з діяльністю туристичної організації чи організації сфери дозвілля, є невід'ємною складовою підтримання прибутковості, водночас забезпечуючи безпеку та задоволення клієнтів. Управління ризиками – це неперервний процес, який потребує постійного моніторингу та оцінювання ризиків. Це дозволяє підприємствам бути готовими до непередбачуваних подій та зберегти свою

репутацію та дохідність. Належне оцінювання операційних, фінансових і юридичних ризиків може допомогти менеджерам приймати обґрунтовані рішення, водночас забезпечуючи клієнтам приємні враження під час відвідування місця призначення або участі в діяльності, яку пропонує їхній бізнес. Управління ризиками може допомогти підприємствам залишатися успішними й прибутковими за різних ринкових умов, зокрема й за умов воєнного стану. Для досягнення цієї мети необхідно розробляти ефективні стратегії управління ризиками та плани дій у випадку їх виникнення, забезпечувати належну підготовку персоналу та належну якість туристичних і дозвілєвих послуг.

Перспективними, на нашу думку, є подальші наукові дослідження щодо застосування технологій штучного інтелекту для аналізу ризиків підприємств індустрії туризму та сфери дозвілля, у тому числі й за умов воєнного стану.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богдан Н. М., Сухорукова О. П. Дослідження ризиків у туризмі. *БізнесІнформ*. 2016. № 10. С. 206-211.
2. Брич В., Крамарчук С. Управління ризиками у туристичному бізнесі. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія Географія*. 2010. № 2 (28). С. 105-110.
3. Євтушенко Г. В., Пастухова Н. В. Управління ризиками у сфері туристичного бізнесу. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/yevtushenko3.htm.
4. Калініченко С. М., Омельченко Г. Ю., Грохольський В. П., Грібнік А. В., Грищенко Н. В. Аналіз ризиків на ринку туристичних послуг. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2021. № 3. С. 26-31. URL: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2021-3-5>.
5. Кравцова А. В. Класифікація ризиків підприємств туристичного бізнесу. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2013. Т. 18. Вип. 4/2. С. 92-95.

6. Оболенцева Л. В., Лукінова Е. В. Дослідження ролі управління ризиками в туристичній індустрії. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя : НУ “Запорізька політехніка”, 2022. 770 с. С. 299-302. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/obolenceva2.htm.

7. Писаревський І. М., Стешенко О. Д. Ризик-менеджмент у туризмі. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 128 с.

8. Steene A. Risk Management within Tourism and Travel. *Turizam*. 1999. Vol. 47 (1). Pp. 13-18.

9. Ural M. Risk Management for Sustainable Tourism. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 2016. Vol. 7 (1). Pp. 63-71. URL: <https://doi.org/10.1515/ejthr-2016-0007>.

10. Carvalho I., Ivanov S. ChatGPT for Tourism: Applications, Benefits and Risks. *Tourism Review*. March 2023. URL: <https://doi.org/10.1108/tr-02-2023-0088>.

11. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Щелкунов В. І., Подреза С. М. Стратегічне управління корпораціями. Київ : ЦУЛ, 2016. 480 с.

12. Живко З. Б., Сватюк О. Р., Копитко М. І. Корпоративне управління в системі економічної безпеки. Львів : ЛьвДУВС, 2018. 456 с.

REFERENCES

1. Bohdan, N. M. and Sukhorukova, O. P. (2016), *Doslidzhennya ryzykiv u turyzmi*, *BiznesInform*, 10, 206-211.

2. Brych V. and Kramarchuk S. (2010), *Upravlinnya ryzykamy u turystychnomu biznesi*, *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu imeni Volodymyra Hnatyuka. Seriya Neohrafiya*, 2 (28), 105-110.

3. Yevtushenko, H. V. and Pastukhova, N. V. (2015), *Upravlinnya ryzykamy u sferi turystychnoho biznesu*, available at: https://tourlib.net/statti_ukr/yevtushenko3.htm.

4. Kalinichenko, S. M. Omelchenko, H. Yu. Hrokholskyi, V. P. Hribnyk, A. V. and Hryshchenko, N. V. (2021), *Analiz ryzykiv na rynku turystychnykh posluh*, *Aktualni problemy innovatsiynoi ekonomiky*, 3, 26-31, available at: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2021-3-5>.

5. Kravtsova, A. V. (2013), *Klasyfikatsiya ryzykiv pidpryyemstv turystychnoho biznesu*, *Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova*, 18 (4/2), 92-95.

6. Obolentseva, L. V. and Lukinova, E. V. (2022), *Doslidzhennya roli upravlinnya ryzykamy v turystychniy industriyi*, *Svitovi dosyahnennya i suchasni tendentsiyi rozvytku turyzmu ta hotelno-restorannoho hospodarstva*: International Conference Proceedings (Zaporizhzhya, November 25, 2022), NU Zaporizka politekhnika, Zaporizhzhya, 299-302, available at: https://tourlib.net/statti_ukr/obolenceva2.htm.

7. Pysarevskyi, I. M. and Steshenko, O. D. (2017), *Ryzik-menedzhment u turyzmi*, *KHNUMH im. O. M. Beketova*, Kharkiv, 128 p.

8. Steene A. (1999), *Risk Management within Tourism and Travel*, *Turizam*, 47 (1), 13-18.

9. Ural M. (2016), *Risk Management for Sustainable Tourism*, *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7 (1), 63-71, available at: <https://doi.org/10.1515/ejthr-2016-0007>.

10. Carvalho I. and Ivanov S. (2023), *ChatGPT for Tourism: Applications, Benefits and Risks*, *Tourism Review*, available at: <https://doi.org/10.1108/tr-02-2023-0088>.

11. Skibitskyi, O. M. Matveyev, V. V. Shchelkunov, V. I. and Podryeza, S. M. (2016), *Stratehichne upravlinnya korporatsiyamy*, *CUL*, Kyiv, 480 p.

12. Zhyvko, Z. B. Svatiuk, O. R. and Kopytko, M. I. (2018), *Korporatyvne upravlinnya v systemi ekonomichnoi bezpeky*, *LvDUVS*, Lviv, 456 p.

Стаття надійшла до редакції 18 липня 2023 року

УДК 339.96(477)

Мединська Т. В.,

tetyanamed16@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7998-4107,

Researcher ID F-6372-2019,

к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Боднарюк І. Л.,

i.l.bodnariuk@nuwm.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-3621-4193,

к.е.н., доц., голова циклової комісії управління та адміністрування ВСП “Рівненський технічний фаховий коледж НУВГП”, м. Рівне

Олійник Н. Р.,

febbssb@ukr.net,

к.е.н., старший викладач кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

МІЖНАРОДНА ДОПОМОГА ЯК ОСНОВА ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Анотація. Російське вторгнення в Україну призвело до: масового порушення ланцюжків економічної діяльності, руйнування виробничих потужностей та об'єктів критичної інфраструктури; загострення екологічних проблем; міграції населення та загибелі людей. Поточна оцінка збитків, завданих Україні країною-агресоркою, сягає сотень мільярдів доларів, і ця цифра продовжує зростати. Масштаби і наслідки війни ставлять під загрозу результати соціально-економічного розвитку України, дестабілізують виробництво, порушують канали торгівлі (зокрема, експортні), зменшують інвестиції та призводять до відтоку людського капіталу. Це, у свою чергу, впливає на зменшення ВВП, доходів державного бюджету, кількості платників податків, водночас зростає рівень безробіття та індекс цін. Сукупний вплив цих факторів призводить до соціально-економічної кризи в державі, подолання якої в умовах продовження війни і лише власними силами є неможливим. Відтак фінансова допомога міжнародних партнерів - необхідна умова забезпечення життєздатності української економіки та обороноздатності української армії. Метою дослідження є вивчення теоретичних аспектів міжнародної фінансової допомоги Україні в умовах війни, державного механізму відновлення України та забезпечення міжнародної фінансової підтримки. Основними результатами дослідження є: систематизація класифікації міжнародної фінансової допомоги; аналіз структури міжнародної допомоги в розрізі країн та видів; оцінка рівня міжнародної допомоги до ВВП країн-партнерів; розкриття процесу формування державного механізму відновлення України; визначення перспектив надання міжнародної фінансової підтримки у повоєнний період. У статті проведено порівняльний аналіз обсягів та структури міжнародної допомоги та рівня допомоги до ВВП країн-партнерів. Досліджено, що стратегічний план відновлення узгоджується з роботою Національної ради відновлення та Декларацією Лугано, у якому окреслено шість ключових пріоритетних напрямків відновлення економіки України: макроекономічна стабільність, економічна свобода, євроінтеграція та доступ до ринків, доступ до ноу-хау, доступ до фінансів, трансформація пріоритетних секторів. Перспективними напрямками досліджень у даному напрямку є систематизація інструментів економічного відновлення України та механізмів їх застосування міжнародними партнерами: надання макрофінансової допомоги для підтримки стабільності; надання технічної допомоги, зосередженої на узгодженні законодавства ЄС; використання спеціальних фінансових інструментів ЄС та МФО для забезпечення галузевої трансформації, сумісної з ЄС; страхування військових ризиків для відновлення зруйнованих активів та нових інвестицій; залучення інституційних інновацій ЄС для забезпечення участі України в інституціях ЄС під час процесу вступу; впровадження спільних партнерських проектів для сприяння передачі знань та міжлюдським контактам.

Ключові слова: міжнародна допомога, фінансова, військова, гуманітарна, структура міжнародної допомоги, стратегія економічного відновлення.

Medynska T. V.,

tetyanamed16@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-7998-4107,

Researcher ID F-6372-2019,

Ph.D., Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance, Economic Security, Banking and Insurance Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

Bodnariuk I. L.,

i.l.bodnariuk@nuwm.edu.ua, ORCID ID: 0000-0003-3621-4193,

Ph.D., Associate Professor, Chairman of the Cyclical Commission of Management and Administration, Separate Structural Unit "Rivne Technical Vocational College of the The National University of Water and Environmental Engineering", Rivne

Oliynyk N. R.,

febbssb@ukr.net,

Ph.D., Senior Lecturer of the Department of Finance, Economic Security, Banking and Insurance Business, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

INTERNATIONAL ASSISTANCE AS THE BASIS OF THE POST-WAR RECOVERY OF UKRAINE'S ECONOMY

Abstract. *Russia's invasion to Ukraine has led to massive disruption of economic activity chains, destruction of production facilities and critical infrastructure; aggravation of environmental problems; migration of people and loss of life. The current estimate of the damage caused to Ukraine by the aggressor country reaches hundreds of billions of dollars and this figure continues to grow. The scale and consequences of the war jeopardize the results of Ukraine's socio-economic development, destabilize production, disrupt trade channels (including exports), reduce investment and lead to an outflow of human capital. This, in turn, leads to a decline in GDP, state budget revenues and the number of taxpayers, while increasing unemployment and the price index. The combined effect of these factors leads to a socio-economic crisis in the country, which cannot be overcome in the context of the ongoing war and on our own. Therefore, financial assistance from international partners is a prerequisite for ensuring the viability of the Ukrainian economy and the defense capability of the Ukrainian army. The purpose of the study is to examine the theoretical aspects of international financial assistance to Ukraine in times of war, the state mechanism for Ukraine's recovery and the provision of international financial support. The main results of the study are: systematization of the classification of international financial assistance; analysis of the structure of international assistance by country and type; assessment of the level of international assistance to GDP of partner countries; disclosure of the process of formation of the state mechanism for the restoration of Ukraine; determination of the prospects for international financial support in the post-war period. The article provides a comparative analysis of the volume and structure of international aid and the level of aid to GDP of partner countries. It is shown that the Strategic Recovery Plan is consistent with the work of the National Recovery Council and the Lugano Declaration, which outlines six key priority areas for the recovery of Ukraine's economy: macroeconomic stability, economic freedom, European integration and market access, access to know-how, access to finance and transformation of priority sectors. A promising area of research in this area is to systematize the instruments of Ukraine's economic recovery and the mechanisms of their application by international partners: macro-financial assistance to maintain stability; technical assistance focused on the harmonization of EU legislation; use of special financial instruments of the EU and IFIs to ensure EU-compatible sectoral transformation; war risk insurance to restore destroyed assets and new investments; and the involvement of EU institutional innovations.*

Key words: international assistance, financial, military, humanitarian, structure of international assistance, economic recovery strategy.

JEL Classification: F35

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-14>

Постановка проблеми. Сучасний стан міжнародних відносин вимагає всеосяжного підходу до аналізу поведінки суб'єктів міжнародного життя у глобальному суспільстві. Зміна конфігурації ролі провідних країн світу породжує нові підходи до ведення зовнішньої політики, серед яких прогресуючим є політика розвитку і зовнішня допомога як її основний інструмент. У 1970 р. Генеральною Асамблеєю ООН було прийнято

резолуцію, в якій погоджено, що економічно розвинені країни світу надаватимуть офіційну щорічну допомогу для розвитку країнам, які розвиваються, що протягом п'яти років повинно досягти хоча б 0,7 % від валового національного доходу країни-донора. Допомога на двосторонньому рівні – це надходження асигнувань безпосередньо від офіційно уповноваженого державою органу до країни-реципієнта. За даними Організації

економічного співробітництва та розвитку ООН, основними постачальниками двосторонньої допомоги є: Австралія, Бельгія, Великобританія, Данія, Ірландія, Іспанія, Італія, Канада, Нідерланди, Німеччина, Норвегія, США, Фінляндія, Швейцарія та Швеція. Дослідження питань міжнародної допомоги в умовах війни є актуальним і надважливим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, що досліджуються в роботі, привертало увагу вітчизняних науковців, зокрема Ангел Є., Грицун В., Дугінець Г., Квятковська О., Ніжейко К. та інших. Проте важливими, на нашу думку, та мало дослідженими є питання цілей, структури та ролі міжнародної допомоги повоєнному відновленню економіки України.

Постановка завдання. У формуванні міжнародних відносин держави керуються саме національними інтересами, які формують їх фундаментальні цілі, зокрема стратегічної безпеки. Відповідно до Меморандуму (Будапештського) про гарантії безпеки у зв'язку з приєднанням України до Договору про нерозповсюдження ядерної зброї, що підписаний 05.12.1994 року лідерами України, Російської Федерації, Сполученим Королівством Великої Британії та Північної Ірландії і Сполученими Штатами Америки, країни підтверджують їх зобов'язання утримуватися від загрози силою чи її використання проти територіальної цілісності чи політичної незалежності України, і що ніяка їхня зброя ніколи не буде використовуватися проти України, крім цілей самооборони або будь-яким іншим чином згідно зі Статутом Організації Об'єднаних Націй. З огляду на недотримання зобов'язань Росією та повномасштабну війну проти України США та Великобританія надають матеріальну, військову та гуманітарну допомогу для забезпечення самооборони, територіальної цілісності та політичної незалежності нашої держави [7, 8].

Виклад основного матеріалу дослідження. Міжнародна допомога – це сукупність економічних, соціальних та технічних благ, наданих

для розвитку певної країни. В сьогоденнішніх умовах міжнародна допомога – це ресурсна база, яка надається для реконструкції інфраструктури, інституцій, економіки, щоб подолати наслідки війни.

Відповідно до наказу Міністерства з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України №75 від 24.04.2022р. “Про затвердження Переліку територіальних громад, які розташовані в районі проведення воєнних (бойових) дій або які перебувають в тимчасовій окупації, оточенні (блокуванні) станом на 23 серпня 2022 року” до таких областей віднесено: Чернігівську, Сумську, Харківську, Донецьку, Луганську, Запорізьку, Дніпропетровську, Херсонську, Миколаївську [11]. Відтак бойові дії ведуться в 9 областях, на які припадає близько 45% ВВП України.

Масштаби і наслідки війни ставлять під загрозу результати соціально-економічного розвитку України, дестабілізують виробництво, порушують канали торгівлі (зокрема, експортні), зменшують інвестиції та призводять до відтоку людського капіталу [3]. Це, у свою чергу, впливає на зменшення ВВП, доходів державного бюджету, кількості платників податків, водночас зростає рівень безробіття та індекс цін. Сукупний вплив цих факторів призводить до соціально-економічної кризи в державі, подолання якої в умовах продовження війни і лише власними силами є неможливим. Відтак фінансова допомога міжнародних партнерів - необхідна умова забезпечення життєздатності української економіки та обороноздатності української армії.

Основною метою під час війни (етап допомоги) є підтримка економіки, що водночас розглядається як намагання пом'якшити найбільш значні потрясіння для економіки та населення. На етапі надання допомоги найбільш важливими сферами соціально-економічних заходів є відображені на рис. 1.

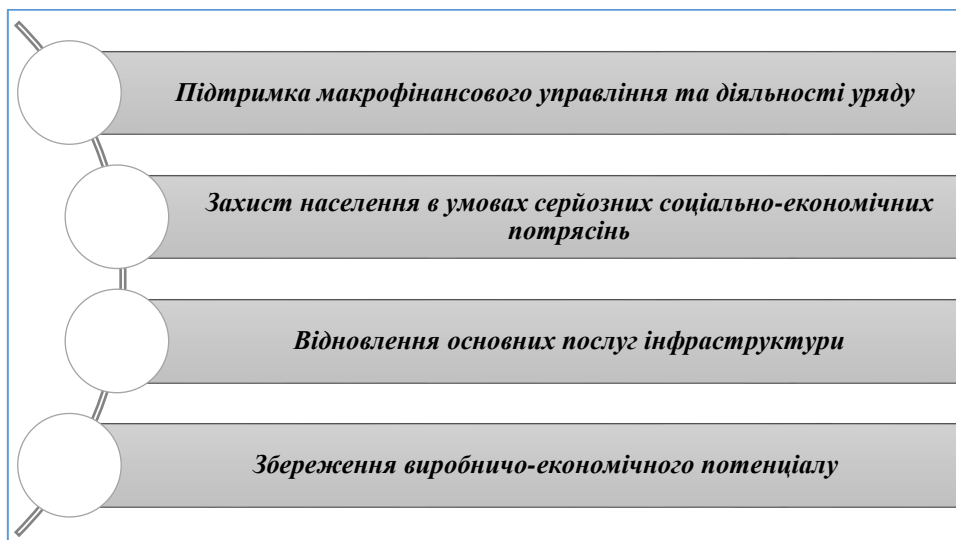


Рис. 1. Цілі міжнародної фінансової допомоги під час війни
(складено авторами)

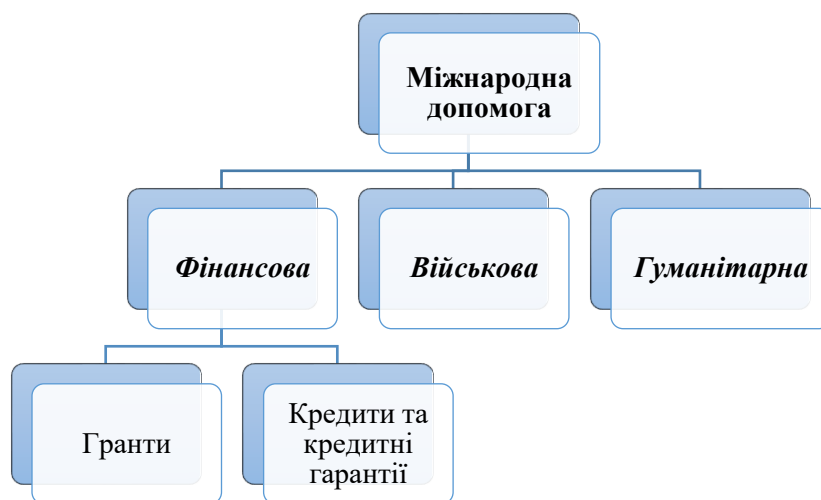


Рис. 2. Види міжнародної допомоги під час російсько-української війни, наданої Україні (складено авторами)

Підтримка макрофінансового управління та діяльності уряду є ключовим пріоритетом економічної політики під час війни задля обмеження негативного впливу зростання цін, пом'якшення інфляції та зменшення темпів зростання рівня безробіття та бідності.

Першочерговим завданням є порятунок життів цивільного населення, доставки медичного обладнання та медичних працівників для надання невідкладної допомоги у районах, що постраждали від конфлікту. Система соціального захисту надає фінансову підтримку домогосподарствам, які стикаються з фінансовими труднощами, та внутрішньо переміщеним особам (ВПО), що потребують як грошової допомоги, так і забезпечення житлом.

Пріоритетним завданням є відновлення роботи об'єктів критичної інфраструктури, зокрема щодо послуг електропостачання, у зв'язку з масштабними обстрілами і руйнуванням 40% енергосистеми України. З метою підтримки функціонування логістичних шляхів для забезпечення перевезення критично важливих товарів та евакуації цивільного населення виконується негайний ремонт критичних пошкоджень транспортної інфраструктури, а також використовуються тимчасові рішення для відновлення мобільності (наприклад, будівництво збірних мостів).

Збереження виробничо-економічного потенціалу – найбільш складна до виконання ціль, адже великі підприємства (до прикладу, металургійний комбінат “Азовсталь”) не підлягають релокації з регіонів, де ведуться активні бойові дії до більш безпечних регіонів. Релокувати можна підприємства малого та середнього бізнесу частково або повністю з їх виробничими потужностями. Окрім того, дії агресора призвели до того, що за кордон виїхало, за оцінками експертів, близько 7 млн українців, і хоча 90% з них – жінки і діти, проте це має негативний вплив на поточний та перспективний стан людського потенціалу України [2, 4].

Так, допомога іноземних партнерів та міжнародних організацій поділяється на військову,

гуманітарну та фінансову (рис. 2). Загалом допомогу Україні в тому або іншому вигляді надали більше п'ятдесяти країн світу, зокрема гуманітарну та фінансову – понад 30 іноземних компаній, а також низка міжнародних організацій.

Фінансова допомога – макрофінансування, яке надають міжнародні організації (МВФ, Світовий банк, Європейський інвестбанк тощо), а також уряди інших країн (США, держав ЄС). Ця допомога надходить на рахунки Державної казначейської служби України, а потім розподіляється залежно від потреб чи їхнього цільового призначення. Макрофінансова підтримка складається з грантів (безповоротна допомога) та кредитів (отримуються на пільгових умовах, на поворотній основі). Частка грантів становить близько 40%, а 60% – це кредити та кредитні гарантії (рис. 2). Другий вид допомоги – військова. Країни-партнери, які постачають Україні озброєння та військово спорядження, обліковують військову підтримку у грошовому еквіваленті. Деякі країни-партнери розміщують замовлення у виробників, які виробляють продукцію військового призначення для України [14]. Міжнародна гуманітарна допомога – комплексний механізм, що охоплює не лише численних донорів, але і процеси збору та формування потреб, і логістику, що ускладнюється щодня через паливну кризу, руйнування транспортної інфраструктури та активні бойові дії та їхні гуманітарні наслідки [5, 6].

Нами проаналізовано види надання допомоги Україні у розрізі країн, загалом Україна отримує допомогу від 52 країн. Зокрема, фінансова допомога надходить від 13 країн, що складає 25,0% від загальної кількості країн-партнерів. Військову допомогу Україні надають 34 країни (65,38% від загальної кількості країн-донорів). До надання гуманітарної допомоги долучається 40 країн, що складає 76,92% від загальної кількості країн-партнерів (рис. 3).

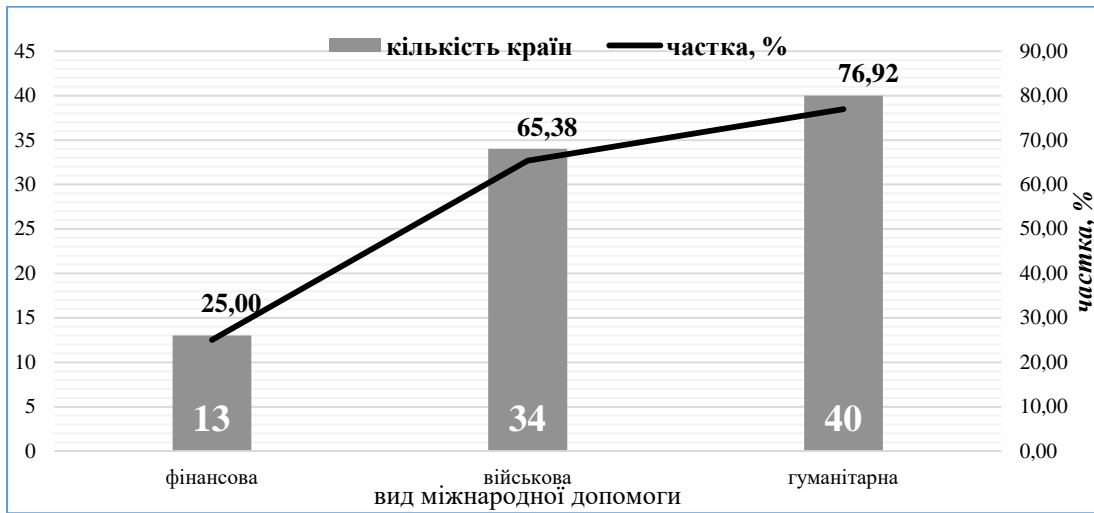


Рис. 3. Кількість та частка країн, які надають міжнародну допомогу Україні за 9 місяців 2022 р. (складено за даними [1])

Найбільш активними країнами-партнерами, які надають 3 види благодійної допомоги Україні, є: Велика Британія, Данія, Канада, Німеччина, Південна Корея, Польща, Словенія, США, Франція, Японія.

Фінансову та військову допомогу надають Латвія, Литва, Нідерланди. Військову і гуманітарну – Австралія, Австрія, Іспанія, Італія, Нова Зеландія, Норвегія, Румунія, Туреччина, Фінляндія, Хорватія, Чехія, Швеція. Виключно військову допомогу надають Албанія, Бельгія, Греція, Ірландія, Ісландія, Люксембург, Португалія, Словаччина. Виключно гуманітарну допомогу надають Азербайджан, Аргентина, Болгарія, Бразилія, Ватикан, Ізраїль, Індія, Казахстан, Китайська Народна Республіка, Кіпр, Колумбія, Косово, Пакистан, Таїланд, Тайвань, Угорщина, Узбекистан, Швейцарія. З 194 країн світу (192 членів ООН) (за виключенням Росії) Україні надають підтримку 52 країни, в тому числі 10 з них надають як військову, так і гуманітарну і фінансову допомогу [8]. Це є свідченням того, що весь цивілізований світ визнає, яку загрозу несе Росія фундаментальним демократичним цінностям, правам і свободам людини,

глобальній безпеці та світовій економіці. За даними онлайн-платформи Statista, яка спеціалізується на формуванні міжнародних статистичних даних, нами проаналізовано структуру міжнародної допомоги від зарубіжних партнерів.

Загалом впродовж війни з 24 лютого по 20 листопада 2022 р. міжнародними партнерами було надано 113,14 млрд євро, в тому числі фінансової допомоги – на 55,39 млрд євро (або 48,96%), гуманітарної допомоги – 16,87 млрд євро (або 14,83%), військової допомоги – 40,97 млрд євро (36,21%) (рис. 4) [1]. Найбільшу суму фінансової підтримки за вказаний період Україні було надано від США, загалом 47,81 млрд євро, зокрема фінансової допомоги – на 15,05 млрд євро (або 31,48%), гуманітарної допомоги – 9,90 млрд євро (або 20,71%), військової допомоги – 22,86 млрд євро (47,81%). Євросоюз теж надає суттєву підтримку Україні, так, загальна сума наданої за досліджуваний період допомоги складає 34,99 млрд євро, в тому числі фінансової допомоги – 30,33 млрд євро (або 86,65%), гуманітарної допомоги – 1,57 млрд євро (або 4,49%), військової допомоги – 3,10 млрд євро (8,86%).

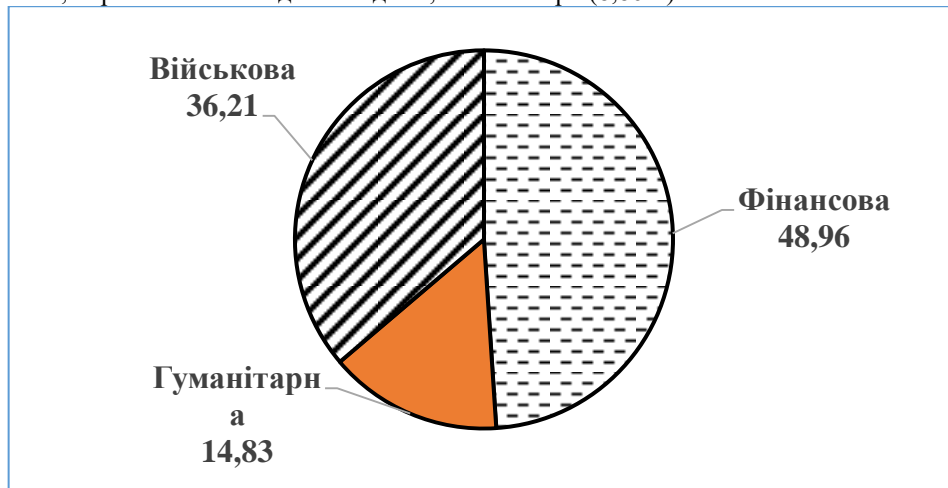


Рис. 4. Структура міжнародної допомоги країн світу Україні за 9 місяців 2022 р. (складено за даними [1])

Бачимо, що країни Євросоюзу більшою мірою сконцентровані на наданні фінансової допомоги для покриття дефіциту державного бюджету України з огляду на зменшення ВВП, а відтак і доходів держави та збільшення видатків на фінансування потреб армії та проведення робіт щодо відновлення об'єктів критичної інфраструктури. Сполучені Штати Америки формують пакет міжнародної допомоги, у більшій мірі акцентуючись на військовій допомозі задля забезпечення потреб ЗСУ у протистоянні країні-агресору.

Окрім цього, є ще низка країн, які надають допомогу Україні; вона є меншою, ніж надана Євросоюзом та США, проте для нашої країни вона є важливою. Адже у такий спосіб країни-партнери не лише підтримують фінансову спроможність та обороздатність України у протистоянні агресору, а й демонструють солідарність у боротьбі за демократичні цінності та глобальну безпеку.

Забезпечення надання країнами-партнерами допомоги Україні сприяє збалансуванню дефіциту державного бюджету України, забезпеченню потреби військових та гуманітарних потреб, які суттєво збільшилися з огляду на ведення військових дій країною-агресором та знищення закладів освіти, об'єктів критичної інфраструктури та медичних закладів.

Надання оцінки міжнародної допомоги в абсолютних показниках, яка надана нами вище, є важливим, проте, на нашу думку, не менш важливою є порівняльна оцінка наданої країнами допомоги у відносних показниках, зокрема по відношенню до основного макроекономічного показника – валового внутрішнього продукту. За даними онлайн-платформи Statista, яка спеціалізується на формуванні міжнародних статистичних даних, нами проаналізовано дані про співвідношення наданої міжнародної допомоги країнами-партнерами до їх ВВП (рис. 5) [1].

Як свідчать дані рис. 5, рівень допомоги до ВВП є найвищим у країнах Балтії: Естонії – 1,1%, Латвії – 0,93%, Литви – 0,46% та Польщі – 0,5%, в десятку країн за найвищим рівнем суми допомоги до ВВП увійшли Норвегія – 0,34%, Велика Британія – 0,26%, Чехія – 0,24%, Канада – 0,23%, США – 0,23%, Словаччина – 0,21%.

Порівняємо величину міжнародної допомоги країн-лідерів за абсолютними і відносними показниками: США надали допомоги на 47,81 млрд євро, а частка допомоги до ВВП складає 0,23% (9 місце у рейтингу серед 34), Естонія надала допомоги на 1,1% до ВВП, а сума допомоги складає 0,34 млрд євро (16 місце серед 34 країн у рейтингу) (рис. 6).

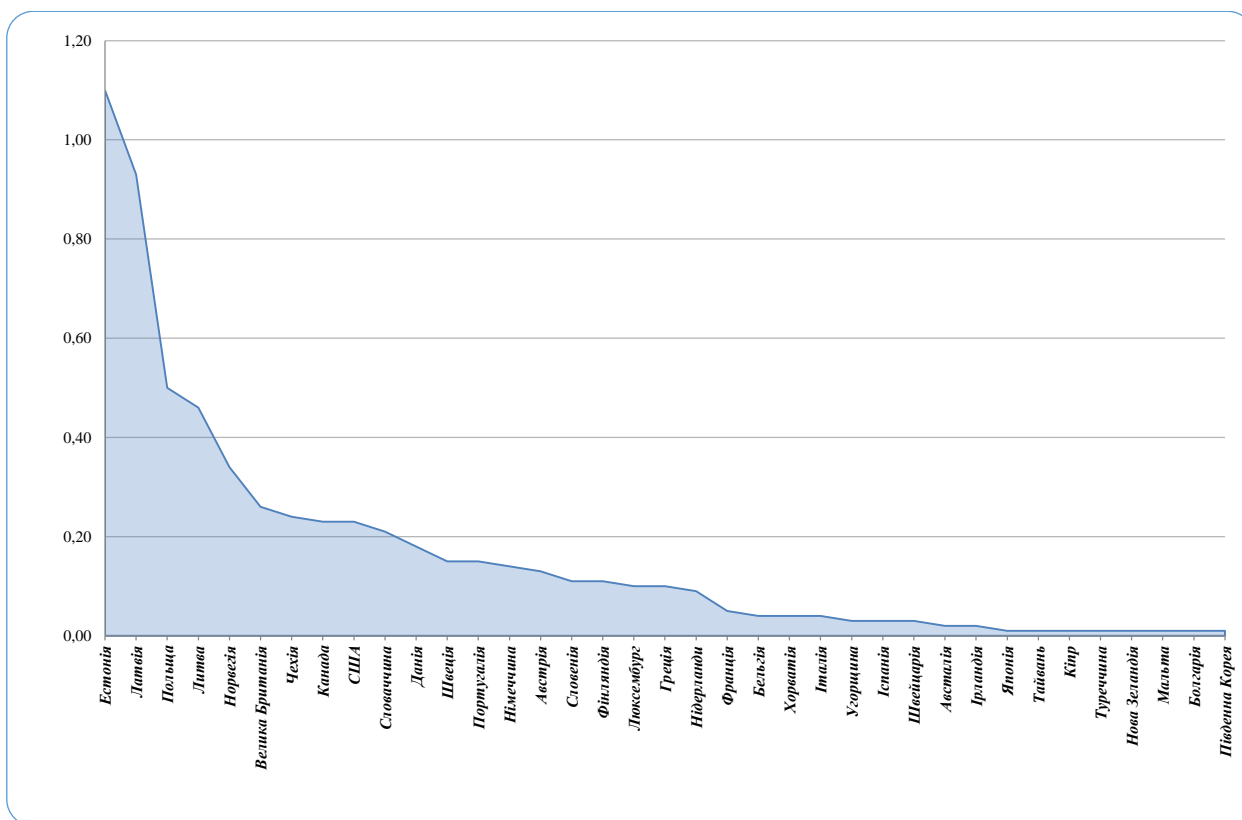


Рис. 5. Рівень міжнародної допомоги Україні країн-партнерів до ВВП за 9 місяців 2022 р. (складено за даними [1])

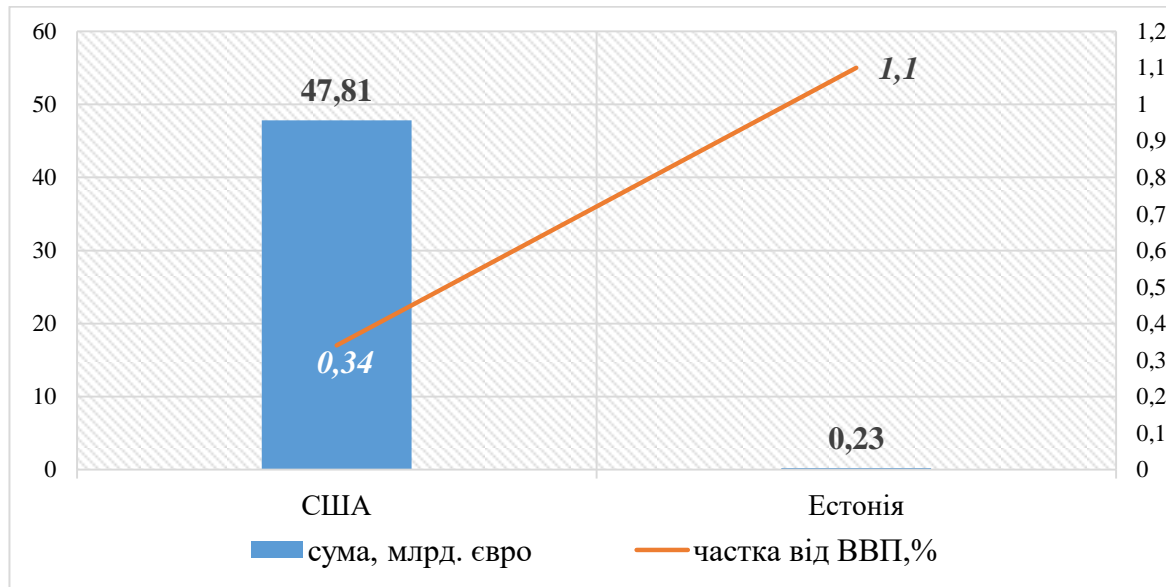


Рис. 6. Рівень міжнародної допомоги Україні США та Естонії до ВВП за 9 місяців 2022 р.*
(складено за даними [1]) * вісь зліва - сума, млрд євро, справа – рівень допомоги до ВВП, %

Таким чином, порівняння показників міжнародної допомоги в абсолютних і відносних показниках демонструє так званий рейтинг дружності країн-партнерів, адже демонструє, що країни Балтії, Польща, Норвегія та Велика Британія надали допомоги на суму, меншу, ніж США та Євросоюз, проте по відношенню до суми їх ВВП рівень допомоги є більшим.

Важливою передумовою перемоги України, її повоєнного відновлення є подальша фінансова, гуманітарна та військова підтримка усіх країн цивілізованого світу. Адже протистояння державі-агресору, державі-спонсору тероризму, влада якої нехтує найголовнішими загальносуспільними цінностями, правами і свободами громадян, є надскладним випробуванням. Проте народ України демонструє громадянську єдність, безпрецедентну фінансову підтримку Збройних Сил України, які звитязно захищають нашу землю від окупантів та агресорів. Указом Президента України від 21 квітня 2022 року № 266/2022 створено Національну раду з відновлення України від наслідків війни [10].

Основними завданнями Ради є:

1) розроблення плану заходів із післявоєнного відновлення та розвитку України, який, зокрема, передбачатиме відновлення і розбудову транспортної, медичної, соціальної, комунальної, виробничої інфраструктури та житла, інфраструктури енергетики, зв'язку, військової інфраструктури і військово-промислового комплексу, структурну модернізацію та перезапуск економіки, заходи з подолання безробіття, підтримки сімей із дітьми, вразливих верств населення, осіб, які опинилися у складних життєвих обставинах внаслідок війни, відновлення та збереження об'єктів культурної спадщини;

2) визначення та напрацювання пропозицій щодо пріоритетних реформ, прийняття та

реалізація яких є необхідними у воєнний і післявоєнний періоди;

3) підготовка стратегічних ініціатив, проектів нормативно-правових актів, прийняття і реалізація яких є необхідними для ефективної роботи та відновлення України у воєнний і післявоєнний періоди [10].

На Міжнародній конференції з питань відновлення України Ukraine Recovery Conference (URC), яка відбулася 4-5 липня 2022 року в Лугано, Швейцарія, було представлено українську дорожню карту післявоєнної відбудови України, а також обговорено план та запропоновано зібрати кошти для відновлення України. Цей план назвали "планом Маршалла" для України.

Після заходу в Лугано міжнародне співтовариство надавало значну надзвичайну допомогу Україні. Але масштаб потреб щодо стабілізації та відновлення, яких Україна потребує після російських атак, вимагає більш широкої мобілізації держав та приватного сектору. Україна вже запропонувала ініціативи для подальшого руху у відбудові відповідно до цих принципів і зобов'язань, незважаючи на обставини війни [9].

21-22 червня 2023 року Велика Британія спільно з Україною провели у Лондоні міжнародну Конференцію з питань відновлення України (URC 2023).

URC 2023 зосереджена на мобілізації міжнародної підтримки для економічної та соціальної стабілізації України та подальшого процесу відновлення від наслідків війни, у тому числі шляхом екстреної допомоги для негайних потреб та фінансування участі приватного сектору в процесі відновлення.

Цільовий План відновлення України – це унікальний шанс не тільки відшкодувати збитки, завдані війною, а й прискорити економічне зростання та підвищити якість життя [12].

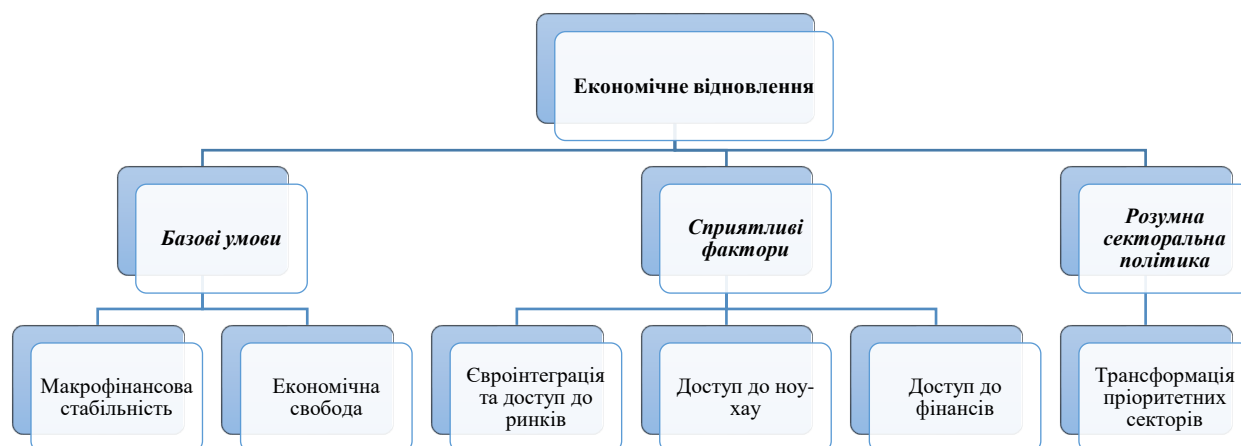


Рис. 7. Стратегія економічного відновлення України відповідно до Міжнародної конференції з питань відновлення України (URC 2022), Лугано (складено за даними [13])

Таблиця 1

Потенційна структура фінансування (без оборони і безпеки) у 2022-2032 рр.*

Підтримка партнерів	2022 р.	2023-2025 рр.	2026-2032 рр.	Разом
Партнерські гранти	~60-65	~100-150	~100-150	~250-300
Партнерські позики / акціонерний капітал	-	~100-150	~100-150	~200-300
Приватні інвестиції	-	>50	>200	>250
Разом				750

* Табл. 1 складена за даними [15]

Після ефективних економічних заходів у воєнний час Україні терміново потрібні інноваційні рішення для відновлення та модернізації економіки. Жага України до свободи та самоорганізації у поєднанні з безпрецедентним глобальним партнерством дає унікальну можливість стати світовим лідером у сфері інновацій та сталого економічного процвітання. Стратегічний план відновлення узгоджується з роботою Національної ради відновлення та Декларацією Лугано. У ньому окреслено шість ключових пріоритетних напрямків відновлення економіки України (рис. 7).

За оцінками Світового банку, ВВП України впаде більш ніж на 45%. Видатки бюджету зросли майже вдвічі через збільшення витрат на оборону, а також на підтримку бізнесу/гуманітарну підтримку. Прогнозується зниження надходжень до бюджету через зменшення надходжень від податку на прибуток та тимчасове скасування митних зборів та ПДВ на імпорт. За результатами 2022 року дефіцит бюджету може перевищити 45 млрд доларів.

Це спонукає до наступних ініціатив:

1) забезпечити стабільність фінансування державного бюджету воєнного часу (переговори про надання грантів та позик; перегляд звільнень від податків та зборів);

2) підвищити ефективність державних фінансів (ефективність податкової системи, зниження державних витрат, ризик суверенного боргу);

3) розвивати фінансово-банківський сектор (очищення сектору, ефективне управління державними банками, сприяння банківському фінансуванню).

Макрофінансова стабільність, а також ефективний фінансово-банківський сектор сприятимуть належному функціонуванню Держави, відновленню ділової активності, підвищенню довіри інвесторів та забезпеченню сталого економічного зростання. Загалом потреба у фінансуванні складає 750 млрд дол. США (табл. 1).

Міжнародні партнери можуть підтримати Україну на шляху до повного економічного відновлення, використовуючи такі інструменти:

1) надання макрофінансової допомоги для підтримки стабільності;

2) надання технічної допомоги, зосередженої на узгодженні законодавства ЄС;

3) використання спеціальних фінансових інструментів ЄС та МФО для забезпечення галузевої трансформації, сумісної з ЄС;

4) страхування військових ризиків для відновлення зруйнованих активів та нових інвестицій;

5) залучення інституційних інновацій ЄС для забезпечення участі України в інституціях ЄС під час процесу вступу;

6) впровадження спільних партнерських проєктів для сприяння передачі знань та міжлюдським контактам (схема волонтерства для молодих громадян ЄС, шкільні та університетські обміни,

програми професійного навчання для молодих українських спеціалістів та підприємців).

Учасники Міжнародної конференції з питань відновлення України: підтвердили повну підтримку суверенітету та територіальної цілісності України в межах її міжнародно визнаних кордонів і повагу до міжнародного права, зокрема міжнародного гуманітарного права; визнали, що військова агресія Російської Федерації проти України, зокрема навмисне націлювання на цивільне населення, спричинила значні людські втрати, катастрофічне руйнування інфраструктури, шкіл, лікарень, житла цивільних осіб та культурної спадщини, гостру гуманітарну кризу, глибокі економічні та фінансові втрати для України і дестабілізувала глобальні ланцюги постачання та поставила під загрозу світову продовольчу безпеку; зобов'язалися підтримувати Україну протягом усього її шляху – від раннього і до довгострокового – відновлення та пов'язувати це з європейською перспективою України та її статусом країни-кандидата у члени ЄС.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. У процесі проведення теоретичного дослідження нами встановлено: у глобальному суспільстві відбувається зміна конфігурації ролі провідних країн світу, що породжує нові підходи до ведення зовнішньої політики, серед яких прогресуючим є політика розвитку і зовнішня допомога як її основний інструмент.

У сьогоднішніх умовах міжнародна допомога – це ресурсна база, яка надається для реконструкції інфраструктури, інституцій, економіки, щоб подолати наслідки війни. Масштаби і наслідки війни ставлять під загрозу результати соціально-економічного розвитку України, дестабілізують виробництво, порушують канали торгівлі (зокрема, експортні), зменшують інвестиції та призводять до відтоку людського капіталу. Це, у свою чергу, впливає на зменшення ВВП, доходів державного бюджету, кількості платників податків, водночас зростає рівень безробіття та індекс цін. Сукупний вплив цих факторів призводить до соціально-економічної кризи в державі, подолання якої в умовах продовження війни і лише власними силами є неможливим.

Відтак фінансова допомога міжнародних партнерів - необхідна умова забезпечення життєздатності української економіки та обороноздатності української армії. Встановлено, що з 194 країн світу (192 членів ООН) (за виключенням Росії) Україні надають підтримку 52 країни, в тому числі 10 з них надають як військову, так і гуманітарну і фінансову допомогу. Це є свідченням того, що весь цивілізований світ визнає, яку загрозу несе Росія фундаментальним демократичним цінностям, правам і свободам людини, глобальній безпеці та світовій економіці. Порівняння показників міжнародної допомоги в абсолютних і відносних показниках демонструє так званий рейтинг дружності країн-партнерів, адже демонструє, що країни Балтії, Польща, Норвегія та Велика Британія надали допомоги на суму, меншу, ніж США та Євросоюз, проте

по відношенню до суми їх ВВП рівень допомоги є більшим.

У перспективі міжнародні партнери можуть підтримати Україну на шляху до повного економічного відновлення, використовуючи такі інструменти: надання макрофінансової допомоги для підтримки стабільності; надання технічної допомоги, зосередженої на узгодженні законодавства ЄС; використання спеціальних фінансових інструментів ЄС та МФО для забезпечення галузевої трансформації, сумісної з ЄС; страхування військових ризиків для відновлення зруйнованих активів та нових інвестицій; залучення інституційних інновацій ЄС для забезпечення участі України в інституціях ЄС під час процесу вступу; впровадження спільних партнерських проектів для сприяння передачі знань та міжлюдським контактам.

ЛІТЕРАТУРА

1. Глобальний статистичний інтернет-портал Statista. URL: <https://www.statista.com>.
2. Грицун В. В. Міжнародна фінансова допомога ЄС. *Економічний вісник*. Серія : Фінанси, облік, оподаткування. 2021. Вип. 8. С. 52-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ehsfat_2021_8_8.
3. Допомога, відновлення та стійка відбудова : Надання допомоги Україні у задоволенні невідкладних та середньострокових економічних потреб / Неофіційний концептуальний документ, підготовлений працівниками Групи Світового банку, представлений в якості контексту для Міністерського круглого столу на підтримку України на Весняних зборах МВФ і Світового банку 2022 року. World Bank. URL: <https://cutt.ly/D9i7sR5>.
4. Дугінець Г., Ніжейко К. Міжнародна технічна допомога в повоєнній відбудові України. *Scientia Fructuosa*. 2022. № 3. С. 36-49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2022_3_4.
5. Квятковська О. В. Офіційна допомога як функціональний інструмент реалізації політики міжнародного розвитку. *Панорама політологічних студій*. 2013. Вип. 10. С. 36-46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pps_2013_10_7.
6. Меморандум про гарантії безпеки у зв'язку з приєднанням України до Договору про нерозповсюдження ядерної зброї / Україна, Російська Федерація, Великобританія, США; Меморандум, Міжнародний документ від 05.12.1994 // Офіційний сайт ВРУ. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_158#Text.
7. Міжнародна конференція з питань реформ в Україні Ukraine Recovery Conference (URC). URL: <https://ua.urc2022.com>.
8. Офіційний сайт Генеральної асамблеї ООН. URL: <https://www.un.org/ru/ga/25/docs/25res.shtml>.
9. Підсумковий документ Міжнародної конференції з питань відновлення України (URC 2022) “Декларація Лугано” Лугано, 4-5 липня 2022 р. URL: <https://cutt.ly/L9i7xkb>.
10. Положення про Національну раду з відновлення України від наслідків війни, затверджене

Указом Президента України від 21 квітня 2022 року № 266/2022 // Офіційний сайт ВРУ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266/2022#Text>.

11. Про затвердження Переліку територіальних громад, які розташовані в районі проведення воєнних (бойових) дій або які перебувають в тимчасовій окупації, оточенні (блокуванні) станом на 23 серпня 2022 року / Наказ Міністерства з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України №75 від 24.04.2022 р. // Офіційний сайт ВРУ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0453-22#Text>.

12. Проект Плану відновлення України (матеріали за тематичними розділами), липень 2022 р. URL: <https://ua.urb2022.com/plan-vidnovlennya-ukrayini>.

13. Проект Плану відновлення України / Національна рада з відновлення України, липень 2022 р. URL: <https://cutt.ly/hwfaFIpO>.

14. Пшеничний П. Грошей багато не буває. Від кого та на яких умовах Україна отримує фінансову допомогу. *Економіка*, 07 вересня 2022. URL: <https://cutt.ly/ZwfaF1ik>.

15. Стратегічний брифінг “Економічне відновлення”, Лугано (Швейцарія), липень 2022 р. URL: <https://cutt.ly/WwfaGapD>.

16. Bondaruk, T., Medynska, T., Nikonenko, U., Melnychuk, I., Loboda, N. Fiscal policy as a guarantee of sustainable development under military conditions. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 2023. Vol. 18, No. 4. Pp. 1097-1102.

REFERENCES

1. Global'nyj statystychnyj internet-portal Statista, available at: <https://www.statista.com>.

2. Hrytsun, V. V. (2021), Mizhnarodna finansova dopomoha YeS, *Ekonomichnyj visnyk*. Seriya : Finansy, oblik, opodatkuвання., vyp. 8, s. 52-61, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ehsfat_2021_8_8.

3. Dopomoha, vidnovlennia ta stijka vidbudova : Nadannia dopomohy Ukraini u zadovolenni nevidkladnykh ta sereďn'ostrokovykh ekonomichnykh potreb / Neofitsijnyj kontseptual'nyj dokument, pidhotovlenyj pratsivnykamy Hrupy Svitovoho banku, predstavlenyj v iakosti kontekstu dlia Ministers'koho kruhloho stolu na pidtrymku Ukrainy na Vesnianykh zborakh MVF i Svitovoho banku 2022 roku. World Bank., available at: <https://cutt.ly/D9i7sR5>.

4. Duhinets' H. and Nizhejko K. (2022), Mizhnarodna tekhnichna dopomoha v povoiennij vidbudovi Ukrainy, *Scientia Fructuosa*, № 3, s. 36-49, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2022_3_4.

5. Kviatkovs'ka, O. V. (2013), Ofitsijna dopomoha iak funktsional'nyj instrument realizatsii poli-

tyky mizhnarodnoho rozvytku, *Panorama politolohichnykh studij*, vyp. 10, s. 36-46, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pps_2013_10_7.

6. Memorandum pro harantii bezpeky u zv'iazku z pryednanniam Ukrainy do Dohovoru pro nerozpozvsudzhennia iadernoi zbroi / Ukraina, Rosijs'ka Federatsiia, Velykobrytaniia, SSHA; Memorandum, Mizhnarodnyj dokument vid 05.12.1994 // Ofitsijnyj sajt VRU, available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/998_158#Text.

7. Mizhnarodna konferentsiia z pytan' reform v Ukraini Ukraine Recovery Conference (URC), available at: <https://ua.urb2022.com>.

8. Ofitsijnyj sajt Heneral'noi asamblei OON, available at: <https://www.un.org/ru/ga/25/docs/25res.shtml>.

9. Pidsumkovyj dokument Mizhnarodnoi konferentsii z pytan' vidnovlennia Ukrainy (URC 2022) “Deklaratsiia Luhano” Luhano, 4-5 lypnia 2022 r., available at: <https://cutt.ly/L9i7xkb>.

10. Polozhennia pro Natsional'nu radu z vidnovlennia Ukrainy vid naslidkiv vijny, zatverdzhene Ukazom Prezydenta Ukrainy vid 21 kvitnia 2022 roku № 266/2022 // Ofitsijnyj sajt VRU, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/266/2022#Text>.

11. Pro zatverdzhennia Pereliku terytorial'nykh hromad, iaki roztashovani v rajoni provedennia voien'nykh (bojovykh) dij abo iaki перебувають в тимчасовій окупації, оточенні (блокуванні) станом на 23 серпня 2022 року / Nakaz Ministerstva z pytan' reintehratsii tymchasovo okupovanykh terytorij Ukrainy №75 vid 24.04.2022 r. // Ofitsijnyj sajt VRU, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0453-22#Text>.

12. Proiekt Planu vidnovlennia Ukrainy (materialy za tematychnymy rozdilamy), lypen' 2022 r., available at: <https://ua.urb2022.com/plan-vidnovlennya-ukrayini>.

13. Proiekt Planu vidnovlennia Ukrainy / Natsional'na rada z vidnovlennia Ukrainy, lypen' 2022 r., available at: <https://cutt.ly/hwfaFIpO>.

14. Pshenychnyj P. Hroshej bahato ne buvaie. Vid koho ta na iakykh umovakh Ukraina otrymuie finansovu dopomohu, *Ekonomika*, 07 veresnia 2022, available at: <https://cutt.ly/ZwfaF1ik>.

15. Stratehichnyj bryfinh “Ekonomichne vidnovlennia”, Luhano (Shvejtsariia), lypen' 2022 r., available at: <https://cutt.ly/WwfaGapD>.

16. Bondaruk T., Medynska T., Nikonenko U., Melnychuk I. and Loboda N. (2023), Fiscal policy as a guarantee of sustainable development under military conditions, *International Journal of Sustainable Development and Planning*, vol. 18, No. 4, pp. 1097-1102.

Стаття надійшла до редакції 18 липня 2023 року

УДК 338.2:004.738.5(477)

Миронова М. І.,

myronowa@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1438-4394,

Researcher ID: AFT-3556-2022,

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

РОЗВИТОК ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ: ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Анотація. *Розвиток наукової думки, впровадження цифрових технологій та штучного інтелекту призвели до кардинальних змін економічних відносин. На наших очах виникає новий тип економіки – цифрова економіка. Це визначається прискоренням та інтенсифікацією процесів цифровізації, що триває вже понад два десятиліття, тобто зростаючим використанням цифрових технологій підприємствами, державними установами та неурядовими організаціями, працівниками, споживачами та громадянами. Цифрова економіка базується на Інтернет-економіці, але суттєво від неї відрізняється. Нові технології, такі як штучний інтелект, хмарні сервіси, Інтернет речей, блокчейн, прискорюють процес датафікації, тобто створення цифрових представлень об'єктів реального світу, активізують роботу в мережі та сприяють персоналізації. Специфіка цифрової економіки визначається нематеріальним потоком даних та інформації, безпрецедентною інтеграцією даних, “стиранням” кордонів між країнами, прогресивною автоматизацією фізичної та розумової праці за умов зростання гнучкості та автономності машин і процесів завдяки використанню штучного інтелекту. Процеси оцифрування, колись обмежуючись вибраними секторами, деякими установами та компаніями, певними департаментами державної адміністрації, доступними лише для певних підрозділів, – тепер стають звичайними та глобальними. У результаті змінюється спосіб виробництва та споживання, організація ринку під впливом нових бізнес-моделей, характер праці та трудових відносин, основні функції держави та спосіб їх реалізації. Відбуваються значні зміни також на глобальному рівні. Суспільство, економіка та політика переживають цифрову трансформацію. Становлення цифрової економіки – це пріоритетний напрямок державної політики більшості економічно розвинених країн, а також і України. Постпандемічне переведення великої кількості співробітників по всьому світу на віддалений режим роботи і підвищення у зв'язку з цим рівня цифровізації життя суспільства роблять тему наукового дослідження ще більш актуальною. Автором узагальнено та розвинено теоретичні основи розвитку феномену “цифрова економіка”, на основі проведеного аналізу понятійно-категоріального апарату здійснено уточнення низки термінів, узагальнено досвід розвитку цифрової економіки за кордоном та в Україні, проведено SWOT-аналіз цифровізації економіки України, позначено гострі дискусійні проблеми формування глобального цифрового розриву суспільства. У ході дослідження зроблено висновок, що прийняття національних цифрових стратегій є базисом для розвитку цифрової економіки та інформаційного суспільства в цілому.*

Ключові слова: цифрова економіка, цифровізація, цифрова трансформація, інформаційні технології.

Myronova M. I.,

myronowa@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1438-4394,

Researcher ID: AFT-3556-2022,

Ph.D., Associate Professor of the Department of International Economic Relations, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT: GLOBAL TRENDS AND CHALLENGES FOR UKRAINE

Abstract. *The development of scientific thought, the introduction of digital technologies and artificial intelligence have led to dramatic changes in economic relations. We are witnessing the emergence of a new type of economy: the digital economy. It is defined by the acceleration and intensification of digitalisation processes that have been going on for more than two decades, i.e. the growing use of digital technologies by businesses, governmental and non-governmental organisations, employees, consumers and citizens. The digital economy is based on the Internet economy but significantly differs from it. New technologies, such as artificial intelligence, cloud services, the Internet of Things, blockchain etc accelerate the process of datafication, i.e. the creation of digital representations of the objects of the real world, intensify networking and promote personalisation. The specifics of the digital economy are determined by the*

intangible data flow, unprecedented data integration, “blurring” of borders between countries, progressive automation of physical and mental labour in the context of increasing flexibility and autonomy of machines and processes through the use of artificial intelligence. Digitisation processes, once confined to selected sectors, some institutions and companies, certain departments of public administration and accessible only to certain units, are now becoming commonplace and global. As a result the way we produce and consume, the way the market is organised under the influence of new business models, the nature of work and labour relations, the main functions of the state and the way they are implemented are changing. Significant changes are also taking place at the global level. Society, economy and politics are undergoing digital transformation. The development of the digital economy is a priority for the government policies of most economically developed countries, including Ukraine. The post-pandemic transfer of a large number of employees around the world to remote work and the resulting increase in the level of society digitalisation make the topic of scientific research relevant. The author summarises and develops the theoretical foundations of the development of the “digital economy” phenomenon, clarifies a number of terms based on the analysis of the conceptual and categorical apparatus, summarises the experience of the development of the digital economy abroad and in Ukraine, conducts a SWOT analysis of the Ukrainian economy digitalisation and identifies acute debatable issues of the formation of the global digital divide in society. The study concludes that the adoption of national digital strategies is the basis for the development of the digital economy and the information society as a whole.

Keywords: digital economy, digitalization, digital transformation, information technologies.

JEL Classification: A01, F01

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-15>

Постановка проблеми. Упровадження цифрових технологій упродовж тривалого періоду призвело до кардинальних змін та визначило траєкторії розвитку світової економіки та всього суспільства загалом. Становлення та формування цифрової економіки є одним із пріоритетних напрямів для більшості країн світу. В останні роки спостерігається підйом хвилі трансформації моделей діяльності у бізнесі та соціальній сфері, викликані створенням цифрових технологій нового покоління, які в силу масштабів та глибини впливу отримали найменування “наскрізних”. До таких технологій можна віднести штучний інтелект, робототехніку, Інтернет речей, технології бездротового зв’язку та низку інших. За оцінками експертів, запровадження наскрізних технологій дозволяє підвищити продуктивність праці на 40 %. Ефективне використання нових цифрових технологій визначатиме ступінь міжнародної конкурентоспроможності окремих компаній і цілих націй у найближчому майбутньому.

Безперечно, не лише в Україні, а й у багатьох економічно розвинутих країнах вектор створення та впровадження цифрових технологій останнім часом набув статусу важливого напрямку національного розвитку. Поточний етап цифровізації економіки породжує принципово нові технологічні й організаційно-управлінські виклики та загрози, вимагає створення теоретичного фундаменту, формування понятійно-категоріального апарату, дефініцій та визначень нових ключових понять, а також повноцінної нормативно-правової бази та механізмів законодавчого регулювання. Цифровізація – це процес переходу до використання нового способу зберігання та обробки великих баз цифрових даних, що відкриває для людства нові можливості та перспективи. Для окремо взятої країни цифровізація національної економіки стає фактором підвищення рівня конкурентоспроможності на глобальному ринку та забезпечення

бурхливого економічного зростання. Формування національних цифрових стратегій є базисом у розвиток цифрової економіки та інформаційного суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам упровадження цифрової економіки в світі та в Україні присвячено багато наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених-економістів. Зокрема, дослідженням цифровізації займалися такі дослідники, як Д. Котелевець [1], В. Ляшенко, О. Вишневський [2], К. Шиманська, В. Бондарчук [3], Т. Месенбург [4], Д. Тапскотт [5] та ін. Значну увагу економісти зосередили на висвітленні тенденцій розвитку цифрової економіки, її постійному збільшенні у структурі ВВП провідних економік світу, на сучасних процесах цифрової трансформації економіки. Втім, актуальність цієї теми, особливо в українських реаліях, диктує необхідність ґрунтовнішого дослідження проблем та перспектив “цифровізації” сучасної економіки України.

Постановка завдання. Метою дослідження є дефініція поняття “цифрова економіка”, а також аналіз перспектив розвитку цифрової економіки у світі та в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття “цифрова економіка” та “цифрові гроші” входять до лексику журналістів, юристів, економічних оглядачів, експертів та політиків. Цей термін було вперше запроваджено понад 25 років тому професором Массачусетського технологічного інституту Ніколасом Негропonte [6], проте досі немає чіткого визначення, що сприяє створенню істотної перешкоди на шляху його концептуального оформлення. На думку колишнього президента Всесвітнього банку Джима Йонг Кіма, в даний час людство переживає інформаційно-комунікаційну революцію. Цифрова економіка як один із наслідків прогресу науки та технологій має передбачати

переведення виробництва та розповсюдження товарів та послуг у цифрове Інтернет-середовище.

На новому рівні розвитку цифрових технологій одні з основних ризиків та загроз – потужне зростання кількості, якості та різноманіття взаємозв'язків між компаніями, соціально-економічними системами, соціальними платформами та людиною. Таке зростання супроводжується експоненційною динамікою кількості проведення трансакцій та обсягів даних, відомостей та інформації, що призводить до ще більш складної інтеграції економіко-соціальних можливостей, наслідки яких людству ще належить оцінити. Вказані серйозні наслідки та трансформації вимагають від суспільства та кожної конкретної людини нових компетенцій, здібностей та навичок, а також адаптивності застосування новітніх технологій у феномені повсякденного життя. Сьогодні особливого значення набувають процеси формування освітніх програм, що відповідають глобальним трендам зміни соціально-економічного та політичного життя суспільства, а також персоналізація індивідуальних траєкторій навчання, що дозволяють забезпечувати високий рівень “цифрової грамотності”.

Соціум стоїть на порозі усвідомлення наростаючих небезпек виникнення негативних наслідків цифровізації економіки, зокрема скорочення або повної відмови від традиційних видів ринку, заміщення ряду професій автоматизованими або роботизованими системами, зростання кіберзлочинності, зниження захищеності прав людини в цифровому просторі, ризику виникнення низького рівня довіри громадян до цифрового середовища та ін. Вирішення зазначених проблем знаходиться насамперед у сфері правового регулювання цифрової економіки.

Роль впливу розвитку цифрових технологій на процес трансформації соціально-економічних систем та соціальних платформ не викликає сумнівів. Однак питання регулювання кіберпростору та цифрового середовища досі залишаються маловивченими та дискусійними. У науковій сфері недостатня увага приділяється питанням розвитку цифрового потенціалу компаній з метою досягнення інноваційного зростання окремих економічних суб'єктів, галузей та територій. Слід також зазначити, що без належної наукової уваги залишаються інституційні аспекти розвитку цифрової економіки, не вирішені проблеми та не оцінено перспективи розвитку дрібного та середнього бізнесу за умов цифровізації економіки, не відображено роль та місце цифрової економіки у загальній системі сучасних економічних відносин [7].

Розвиток теорії формування постіндустріального інформаційного суспільства сьогодні є новою суспільною філософією, що дозволяє визначити нові стратегічні орієнтири та магістральні вектори розвитку як окремо взятої національної економіки, так і людства в цілому. Слід зазначити, що ці філософські доктрини не дозволяють сформулювати прямі тактичні рекомендації соціально-економічного регулювання. Бурхливий розвиток мережі Інтернет на початку ХХІ ст. докорінно

змінив риси сучасної людської цивілізації, які призвели до істотного скорочення обсягів трансакційних витрат, які охоплюють витрати на збирання та обробку інформації. Одним із наслідків такого скорочення інформаційних витрат є значне зниження асиметричності інформаційного поля, що чинить прямий вплив на швидкість та кількість економічних відносин між суб'єктами.

Якість глобальної мережі (стаціонарного та мобільного Інтернету) та Інтернет-технологій безпосередньо пов'язана зі створенням мережних благ. Під “мережею” в цій статті розуміється система децентралізованого управління інформаційними потоками, а мережеві блага наділені такими властивостями, як комплементарність, сумісність, стандартність, суттєва економія на масштабі виробництва, зовнішні ефекти тощо. Зазначені характеристики дозволили створити умови та передумови для потужного зростання кількості обчислень, що здійснюються в одиницю часу, що послужило імпульсом для переходу на якісно новий етап розвитку цифрової економіки – етап становлення та поширення інноваційних цифрових технологій.

Окремі сучасні цифрові технології передбачають високий рівень залучення суспільства до процесу цифрової трансформації. Найбільшого поширення набуло використання технологій з метою вирішення завдань ефективного управління ланцюгами поставок (з англ. *Supply Chain Management, SCM*). Ця технологія використовується у більш ніж 50 % компаній у країнах із високим рівнем доходу, що дозволяє оптимізувати та практично повністю контролювати технологічний цикл закупівель сировини, виробництва матеріальних благ та їх подальшу реалізацію. На 2 і 3 місяцях із приблизно однаковим показником близько 25 % перебувають технології вирішення завдань планування ресурсів підприємства (з англ. *Enterprise Resource Planning, ERP*) та системи ефективного управління взаємовідносинами з клієнтами (з англ. *Customer Relationship Management, CRM*). Також широко застосовуються системи онлайн-покупок, онлайн-продажів та хмарних обчислень. На останньому місці перебуває застосування системи радіочастотної ідентифікації (з англ. *Radio Frequency Identification, RFID*), що застосовується у 5 % компаній. Така незначна частка сфери застосування пояснюється тим, що компанії повинні безпосередньо взаємодіяти з клієнтами – фізичними особами, які займаються роздрібною торгівлею або реалізацією логістичних послуг. У найбільш економічно розвинених країнах компанії, що функціонують у сфері цифрових технологій, мають ринкову річну капіталізацію понад 1 млрд дол. США (це переважно компанії Північної Америки, Азії та Європи). Цей показник корелює з показниками загального рівня розвитку цифрових технологій.

На підставі вищевикладеного можна констатувати, що цифрова економіка – це процеси та способи реалізації економічної діяльності, базовані на застосуванні цифрових технологій, пов'язаних із електронним бізнесом та торгівлею, що дозволяють

реалізовувати цифрові товари та послуги у кіберсередовищі. Іншими словами, це система укладання угод за допомогою електронних засобів передачі, обміну та зберігання інформації (стаціонарного та мобільного Інтернету) із застосуванням можливостей електронних засобів платежу, цифрової валюти, криптовалюти.

Сьогодні у світі немає єдиного визначення поняття “цифрова економіка”. Зазвичай під цифровою економікою мають на увазі не економічні відносини як такі, а процес застосування високих проривних інформаційних технологій та штучного інтелекту в житті соціуму.

За визначенням Світового банку, цифрова економіка – це система економічних, соціальних та культурних взаємин, що базуються на застосуванні цифрових інформаційно-комунікаційних технологій [8].

У широкому сенсі цифрова економіка – це створення мережної, системно-організованої просторової структури економічних відносин між суб'єктами господарювання, яка включає сектори створення та використання нової інформації, цифрові технології та цифрові продукти, телекомунікаційні послуги, електронний бізнес, електронну торгівлю (Інтернет-торгівлю), електронні ринки, дистанційні механізми укладання угод, дистанційне обслуговування, дистанційну освіту та низку інших компонентів.

Операціоналізація дефініції “цифрова економіка”, її чіткий опис дозволяють створити єдину систему статистичного вимірювання цифрової економіки для реалізації повномасштабного державно-приватного регулювання та моніторингу, обґрунтування та оцінки ефективності діяльності компаній та держав у зазначеній сфері.

Формування третього технологічного укладу (третья промислова революція) відноситься до змін в економіці кінця ХХ століття і пов'язане з переходом від аналогових електронних та механічних пристроїв до цифрових технологій (цифрова революція) та широкого застосування цифрових комп'ютерів та цифрового обліку. Істотною відмінністю четвертої промислової революції є прогнозоване формування суспільства Індустрії 4.0, що характеризується масовим впровадженням кіберфізичних систем і технологій у виробничо-збутовий комплекс і систему обслуговування людських потреб. Іншими словами, формування Індустрії 4.0 супроводжується зломом індустріального та створенням інформаційного суспільства. Цифрова економіка створює можливості та необхідність використання цифрових технологій для корпорацій і приватного бізнесу з метою більш ефективного вирішення поставлених завдань.

Поняття “цифрова економіка” набагато ширше традиційного розуміння процесу, ніж просте оцифрування даних та автоматизації різноманітних процесів. Це інноваційний спосіб здійснення інклюзії різноманіття передових інформаційних та smart-технологій, а також соціальних цифрових платформ нового типу, що дозволяють створювати середовище гіперкомунікабельності, гігантських баз даних

(*big data*), бездротових мереж, різноманітних мобільних пристроїв та гаджетів, а також соціальних медіаплатформ. У межах цифрової економіки успішно застосовуються всі зазначені технології як у індивідуальному, так і інтеграційному режимах.

Можна виділити три базові компоненти цифрової економіки, до яких слід зарахувати:

1) інфраструктуру – апаратні засоби, програмне забезпечення, телекомунікації тощо;

2) можливість проведення електронних ділових операцій – бізнес-процесів, що реалізуються за допомогою комп'ютерних мереж у межах віртуальних взаємодій;

3) електронну комерцію (Інтернет-торгівлю) – доставку товарів за допомогою глобальної мережі Інтернет (“Інтернет речей”), що представляє нині найвагоміший сегмент цифрової економіки.

Основними характеристиками цифрової економіки є:

- реалізація економічної діяльності через спеціальні цифрові платформи та екосистеми;

- застосування персоніфікованих сервісних моделей;

- пряма взаємодія виробників та споживачів у комп'ютерній мережі;

- розповсюдження економіки “спільного користування”;

- значна роль вкладу індивідуальних учасників.

Виживання та підвищення конкурентоспроможності у кіберпросторі виробничих та торгових компаній, підприємств та структур, що надають послуги, некомерційних організацій та державних установ залежить у тому числі від рівня адаптації співробітників та їх здатності до застосування інновацій і використання цифрових технологій. У цьому аспекті слід наголосити на важливості цифрової економіки як життєво необхідного сектора, що надає можливість досягнення істотного зростання обсягів виробництва товарів (робіт та послуг).

Конкурентоспроможність учасників цифрового середовища має характерні специфічні особливості та форми, зокрема виникає конкуренція бізнес-моделей та цифрових платформ; з'являється потужний “мережевий ефект” та “ефект масштабу”; створюються двосторонні цифрові ринки (наприклад, різноманітні пошукові системи); формуються умови для високих темпів та обсягів інвестицій та інновацій, що призводять до швидкого технологічного прогресу.

Сьогодні цифрова економіка проникає у всі сфери суспільного та економічного життя, створюючи цифровий ландшафт для набуття нових навичок, процесу прийняття оптимальних рішень, а також генерування нових наукових досліджень та проривних технологій.

У багатьох країнах процесу переходу до цифрового інформаційного суспільства приділяється особлива, пильна увага. Це підтверджується прийнятими державними стратегіями та програмами розвитку цифрової економіки. Наприклад, у Данії така стратегія була прийнята у 2000 р., у Сінгапурі – у 2005 р., в Австралії, Гонконзі, Великобританії,

Новій Зеландії – у 2008 р., у країнах Євросоюзу – у 2009 р., у Канаді – у 2010 р., у Малайзії – 2012 р., у Південній Кореї – у 2013 р., в Індії та Казахстані – у 2015 р., в Україні – у 2018 р. [9, с. 99].

У країнах ЄС прийнято десятирічну стратегію, основні цілі якої полягають у наступному: підвищення зайнятості працездатного населення до рівня не менше 75 %, збільшення обсягів інвестиційних витрат у НДДКР та інновації, скорочення викидів парникових газів на 20 %, збільшення частки відновлюваної енергії до 20 %, скорочення рівня бідності [10]. Основними принципами реалізації зазначеної стратегії є формування інноваційного союзу, підвищення ефективності систем національної освіти, прискорення розгортання високошвидкісного Інтернету та використання цифрових переваг, сприяння ефективному використанню енергії, покращення ділового середовища, побудова ефективних соціально-економічних моделей та реалізація екологічних проектів та програм.

З 2014 року Європейська комісія відстежує прогрес цифровізації в окремих державах-членах, публікуючи щорічний звіт про індекс цифрової економіки та суспільства (DESI). 28 липня 2022 року Європейська комісія опублікувала результати Індексу цифрової економіки та суспільства (DESI) 2022. Це показник, який відстежує прогрес держав-членів у цифровізації. Він показує, що, незважаючи на дефіцит цифрових навичок, боротьбу з цифровою трансформацією та будівництво мережі 5G, держави-члени вжили ефективних заходів у сфері цифровізації під час пандемії COVID-19. Дані також стосуються, наприклад, ходу впровадження підприємствами таких технологій, як штучний інтелект та big data. Лідерами з цифровізації

залишаються Фінляндія, Данія, Нідерланди та Швеція (рис. 1).

Звіти DESI 2022 в основному базуються на даних за 2021 рік і відстежують прогрес, досягнутий у країнах-членах ЄС у сфері цифрових технологій. Під час пандемії COVID-19 країни-члени досягли прогресу у своїх зусиллях із цифровізації, але все ще стикаються з труднощами у ліквідації прогалів у цифрових навичках, цифровій трансформації МСП та розробці передових мереж 5G.

Порівняння були проведені з чотирьох вимірів:

- 1) людський капітал: вміння та навички, необхідні для використання можливостей, запропонованих цифровим суспільством;
- 2) зв'язок: розгортання інфраструктури ширококосмутового доступу до Інтернету та його якість;
- 3) інтеграція цифрових технологій: цифровізація бізнесу та розвиток продажів онлайн;
- 4) цифровізація державних послуг: цифрові державні послуги, електронний уряд.

ЄС призначив значні ресурси для підтримки цифрової трансформації. 127 млрд євро було виділено на цифрові реформи та інвестиції в національні плани відновлення та стійкості. Це безпрецедентна можливість прискорити цифровізацію, зробити Союз більш стійким і зменшити зовнішню залежність як від реформ, так і від інвестицій. У середньому країни-члени виділили 26 % коштів Фонду відновлення та стійкості (RRF) на цифрову трансформацію, що перевищує обов'язковий поріг у 20 %. Країни-члени, які вирішили інвестувати більше 30 % своїх асигнувань RRF у цифрові технології, включають Австрію, Німеччину, Люксембург, Ірландію та Литву [11].

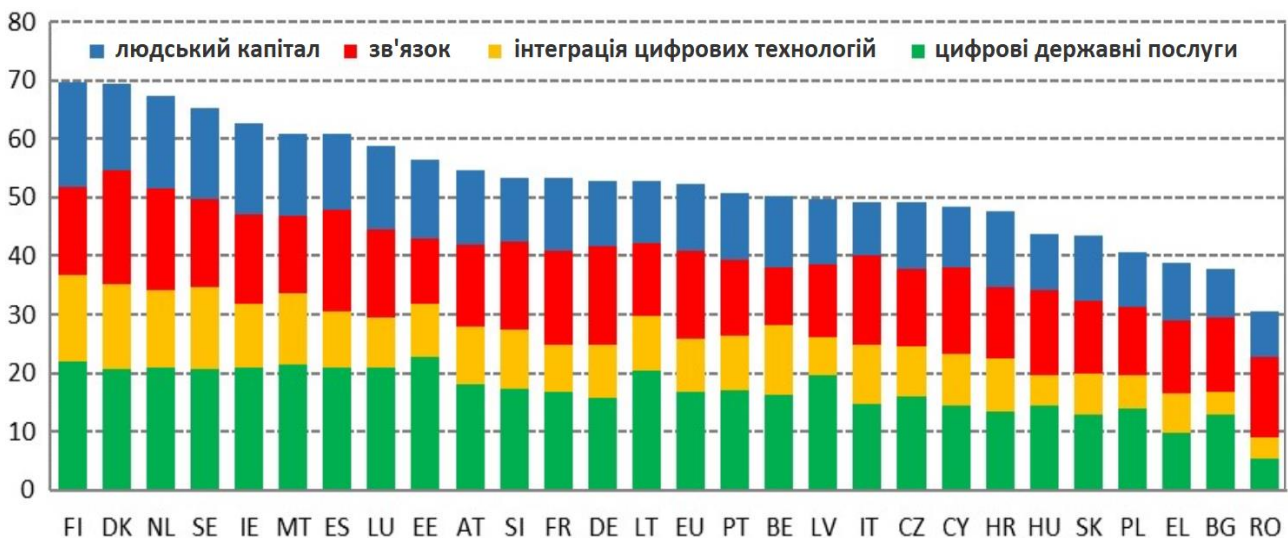


Рис. 1. Індекс цифрової економіки та суспільства 2022

Умовні позначення: FI – Фінляндія; DK – Данія; NL – Нідерланди; SE – Швеція; IE – Ірландія; MT – Мальта; ES – Іспанія; LU – Люксембург; EE – Естонія; AT – Австрія; SI – Словенія; FR – Франція; DE – Німеччина; LT – Литва; EU – Європейський Союз; PT – Португалія; BE – Бельгія; LV – Латвія; IT – Італія; CZ – Чехія; CY – Кіпр; HR – Хорватія; HU – Угорщина; SK – Словаччина; PL – Польща; EL – Греція; BG – Болгарія; RO – Румунія.

Джерело: [11].

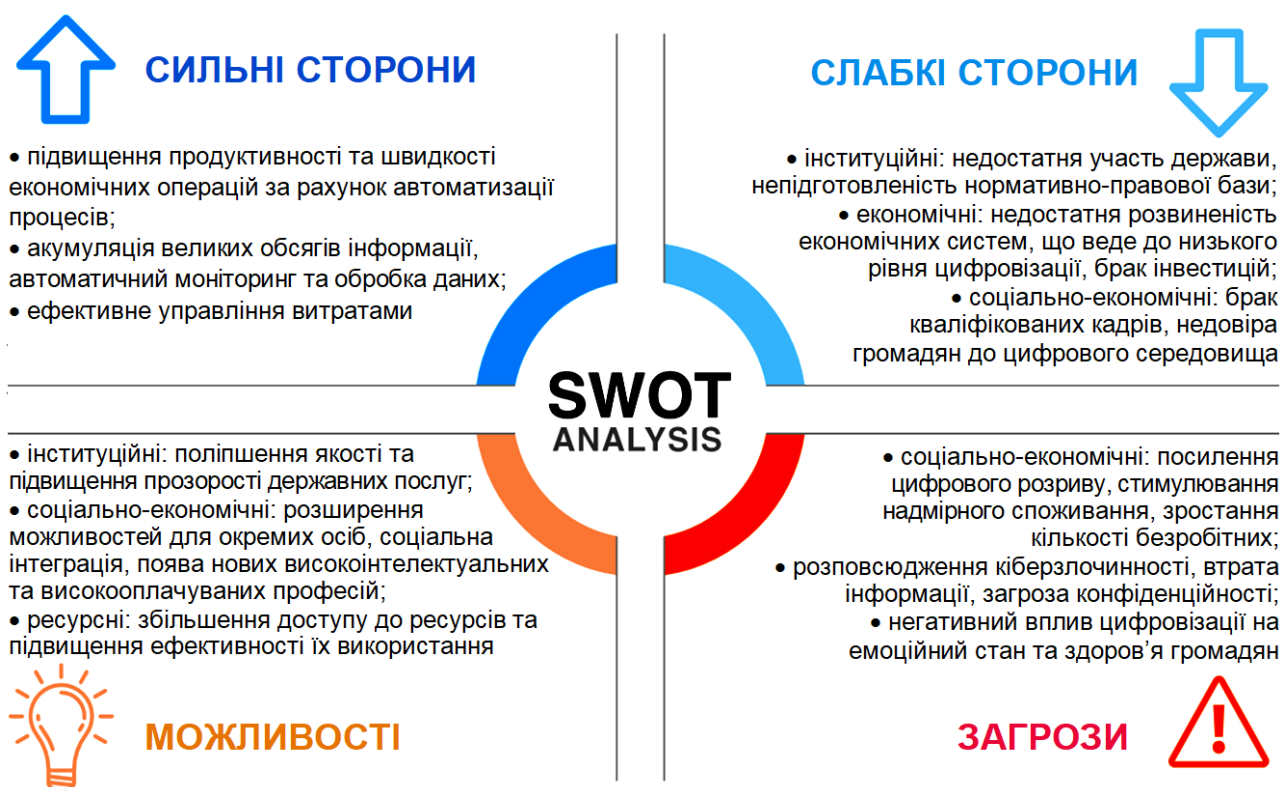


Рис. 2. SWOT-аналіз цифровізації економіки України

Джерело: авторська розробка.

Як нова економічна форма з даними як основним фактором виробництва цифрова економіка має потужний імпульс і стратегічний потенціал і стала центром розвитку країн у всьому світі.

У світі відбувається масштабна цифровізація всіх галузей економіки. Україна ж поки що дещо відстає в цьому плані від своїх західних партнерів, хоч і докладає максимум зусиль, щоб бути ближчою до передових країн. Саме цифрова економіка є драйвером для покращення соціально-економічного життя суспільства. У цьому контексті слід розуміти, чим саме може бути цікавою Україна зовнішньому світу і на чому їй слід зосередити свою увагу, щоб досягти бажаного. З цією метою був проведений SWOT-аналіз цифровізації економіки України, результати якого представлені на рис. 2.

З огляду на існуючі проблеми та загрози розвитку цифрової економіки України можна виділити такі пріоритетні напрями державної політики у цій сфері:

- 1) забезпечення доступності цифрових технологій для населення;
- 2) стимулювання масового попиту бізнесу на цифрові технології;
- 3) розвиток кадрового потенціалу цифровізації;
- 4) створення умов розвитку IT-компаній в українській юрисдикції;
- 5) розвиток ринку даних та цифрових платформ.

Доцільно відзначити, що у вересні 2022 року між Україною та ЄС підписано Угоду про участь України в програмі ЄС “Цифрова Європа”

(2021-2027). Ця програма сприяє цифровізації європейських країн у різних напрямках. Для участі в програмі країна повинна зробити пожертву. Однак ЄС відмовився від виплат Україні на 2022 рік та надав 95 % знижку на податкові внески на 2023-2027 роки. Проектне фінансування за програмою “Цифрова Європа” працює в п’яти основних напрямках: високопродуктивні обчислення; штучний інтелект, дані та хмарні сервіси; передові цифрові технології; забезпечення широкого використання цифрових технологій у бізнесі та суспільстві; кібербезпека (тільки для країн-членів ЄС) [12].

Відтак нам слід працювати над власними високотехнологічними потужностями, щоб бути цікавими для світу. Крім цього, незважаючи на всі інновації, технології та стрімке збільшення населення на планеті, людство ще не зробило жодних відкриттів у напрямку відмови від споживання продовольчих товарів. Тому в цьому контексті Україні як аграрній країні слід зробити на цьому наголос.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Підсумовуючи проведене наукове дослідження, можна зробити висновок, що цифрова економіка – це новий вид економічних відносин у всіх галузях світового ринку, що стрімко розвивається, використовуючи високі інформаційні технології. Створення та вдосконалення нових технологій пов’язане із загальним інформаційним та технологічним потоками оновлень. На думку експертів, реалізація засад цифрової економіки підвищує потенціал розвитку інформаційного суспільства. Використання глобальної

мережі Інтернет суттєво прискорює формування цифрових ринків товарів, послуг та праці, а також підвищує якість послуг державного сектору. Ключовим фактором у цифровізації економіки є застосування так званих наскрізних технологій (робототехніки, штучного інтелекту). Базируючись на цифрових даних, інформаційно-комунікаційні технології, зв'язок та розвиток екосистем, цифровізація дозволить трансформувати вітчизняну економіку та суспільство.

Однак, незважаючи на поширення цифрової економіки, її масштаби відносно традиційної економіки все ще невеликі і поки рано говорити про її вирішальну роль в економіці. Лише через 15-20 років цифрова економіка зможе охопити більшу частину світового ринку. Сучасні інновації та спроби підтримати економічне зростання в різних країнах поки що не дали можливості визначити вдалу концепцію. Існують суперечливі принципи, що регулюють діяльність інформаційно-комунікаційних технологій у різних країнах. Важливо максимізувати позитивний вплив цифрової економіки і водночас слід також усунути ризики, пов'язані з поширенням нових технологій – безробіття, соціальна нерівність тощо.

Існуючі підходи до управління національними цифровими стратегіями різних держав включають такі напрямки, як поліпшення якості послуг електронного уряду, розвиток і вдосконалення інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури, покращення навичок і компетенцій співробітників, пов'язаних із інформаційно-комунікаційними технологіями, підвищення рівня безпеки, сприяння науково-дослідним розробкам, інноваціям та підприємництву, забезпечення ширшого доступу до мережі Інтернет, електронних послуг та інформації. Перспективними напрямками подальших досліджень є пошук шляхів усунення обмежень та проблем цифрової трансформації економіки, а також розробка та впровадження систем забезпечення цифрової економічної безпеки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Котелевець Д. О. Тенденції розвитку цифрової економіки в Україні. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 5. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-03-01>.

2. Ляшенко В. І., Вишневецький О. С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія. Київ : Інститут економіки промисловості НАН України, 2018. 252 с.

3. Шиманська К. В., Бондарчук В. В. Пріоритетні напрями та механізми розвитку цифрової економіки в Україні. *Економіка, управління та адміністрування*. 2021. № 1 (95). С. 17-22. URL: [https://doi.org/10.26642/ema-2021-1\(95\)-17-22](https://doi.org/10.26642/ema-2021-1(95)-17-22).

4. Mesenbourg T. L., Atrostic B. K. Measuring The U.S. Digital Economy: Theory and Practice. URL: <https://2001.isiproceedings.org/pdf/1074.PDF>.

5. Tapscott D. The Digital Economy: Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. 20th anniversary ed. New York : McGraw-Hill, 2015. 413 p.

6. Negroponte N., Harrington R., McKay S. R., Christian W. Being Digital. *Computers in Physics*. 1997. Vol. 11.3. Pp. 261-262. URL: <https://doi.org/10.1063/1.4822554>.

7. Cerruela G. G., Luque R. I., Gómez-Nieto M. Á. State of the Art, Trends and Future of Bluetooth Low Energy, Near Field Communication and Visible Light Communication in the Development of Smart Cities. *Sensors*. 2016. Vol. 16 (11). URL: <https://doi.org/10.3390/s16111968>.

8. World Development Report 2016: Digital Dividends. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/961621467994698644/pdf/102724-WDR-WDR2016Overview-ENGLISH-WebResBox-394840B-OOU-9.pdf>.

9. Миронова М. І. Аналіз розвитку цифрової економіки у світі та в Україні. *Праці Наукового товариства ім. Шевченка. Економічний збірник*. 2022. Том LXVIII. С. 93-101.

10. Digital Economy Report 2021. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_overview_en_0.pdf.

11. Questions and Answers: Digital Economy and Society Index (DESI) 2022. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_22_4561.

12. Федорак В. Як взяти участь у Програмі “Цифрова Європа”: приклади проєктів, відкриті конкурси, підготовка проєктної заявки. 2023. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/16008>.

REFERENCES

1. Kotelevets, D. O. (2022), Tendentsiyi rozvytku tsyfrovoyi ekonomiky v Ukraini, *Problemy suchasnykh transformatsiy. Seriya: ekonomika ta upravlinnya*, № 5, available at: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-03-01>.

2. Lyashenko, V. I. and Vyshnevskyy, O. S. (2018), Tsyfrova modernizatsiya ekonomiky Ukrainy yak mozhlyvist proryvnoho rozvytku, *Instytut ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy*, Kyiv, 252 p.

3. Shymanska, K. V. and Bondarchuk, V. V. (2021), Priorytetni napryamy ta mekhanizmy rozvytku tsyfrovoyi ekonomiky v Ukraini, *Ekonomika, upravlinnya ta administruvannya*, № 1 (95), p. 17-22, available at: [https://doi.org/10.26642/ema-2021-1\(95\)-17-22](https://doi.org/10.26642/ema-2021-1(95)-17-22).

4. Mesenbourg, T. L. and Atrostic, B. K. Measuring The U.S. Digital Economy: Theory and Practice, available at: <https://2001.isiproceedings.org/pdf/1074.PDF>.

5. Tapscott D. (2015), The Digital Economy: Rethinking Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. 20th anniversary ed., McGraw-Hill, New York, 413 p.

6. Negroponte N., Harrington R., McKay, S. R. and Christian W. (1997), Being Digital, *Computers in*

Physics, vol. 11.3, p. 261-262, available at: <https://doi.org/10.1063/1.4822554>.

7. Cerruela, G. G., Luque, R. I. and Gómez-Nieto, M. Á. (2016), State of the Art, Trends and Future of Bluetooth Low Energy, Near Field Communication and Visible Light Communication in the Development of Smart Cities, *Sensors*, vol. 16 (11), available at: <https://doi.org/10.3390/s16111968>.

8. World Development Report 2016: Digital Dividends, available at: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/961621467994698644/pdf/102724-WDR-WDR2016Overview-ENGLISH-WebResBox-394840B-OUO-9.pdf>.

9. Myronova, M. I. (2022), Analiz rozvytku tsyfrovoyi ekonomiky u sviti ta v Ukraini, *Pratsi Naukovoho tovarystva im. Shevchenka. Ekonomichnyy zbirnyk*, LXVIII, p. 93-101.

10. Digital Economy Report 2021, available at: https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_overview_en_0.pdf.

11. Questions and Answers: Digital Economy and Society Index (DESI) 2022, available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_22_4561.

12. Fedorak V. (2023), Yak vziaty uchast' u Prohrami "Tsyfrova Yevropa": pryklady proiektiv, vidkryti konkursy, pidhotovka proiektnoi zaiavky. 2023, available at: <https://decentralization.gov.ua/news/16008>.

Стаття надійшла до редакції 23 липня 2023 року

УДК 330.341.1

Павлій О. В.,
noiq2009@gmail.com, ORCID:0009-0005-9438-8134,
здобувач, Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава

ЗМІНИ ПІДПРИЄМСТВА: ГЕНЕЗИС ПОНЯТТЯ ТА НАПРЯМИ АДАПТАЦІЇ ДО НИХ СУЧАСНИХ КОМПАНІЙ

***Анотація.** Стаття присвячена питанням управління змінами на підприємстві. Зміни супроводжують кожне підприємство незалежно від бажання його самого, питання лише в тому, чи зміни керують обставинами чи сама компанія. Ефективне управління цими змінами може стати визначальним фактором успіху для організацій та індивідуальних підрозділів. Крім того, управління змінами може допомогти: сформувати команду висококваліфікованих та талановитих спеціалістів, переформатувати гібридний спосіб праці, більш ефективно здійснювати найм працівників, збільшити фінансовий результат та оптимізувати витрати. У статті розглянуто генезис поняття «зміни підприємства». На основі узагальненого досвіду науковців, аналізу наданих визначень, запропоновано власне авторське бачення терміну. Визначено науковців та їх підходи до розкриття сутності терміну «зміни». На основі узагальнення та аналізу генезису терміну «Зміни підприємства» надано власне тлумачення даного визначення. Досліджено основні зміни, з якими зіштовхуються сучасні компанії та визначено основні напрями адаптації їх динамічного зовнішнього середовища. Розглянуто практичні кейси управління змінами найбільш успішних мультинаціональних компаній світу. Виокремлено основні стратегії та алгоритми управління змінами та процес адаптації працівників до динамічного зовнішнього та внутрішнього середовища. Розглянуто досвід успішних компаній зниження рівня опору змінам у працівників. Зроблено висновки про те, що об'єднує компанії, які мають успішну стратегію управління змінами. Розглянуто перспективу імплементації цього досвіду у формування стратегій розвитку вітчизняних компаній у повоєнний період. Для українських компаній, які вже другий рік працюють в умовах невизначеності, досвід управління змінами найуспішніших компаній світу є досить актуальним для формування стратегії повоєнного відновлення.*

Ключові слова: зміни, зміни підприємства, опір змінам, управління змінами підприємства, зовнішнє середовище, внутрішнє середовище, алгоритм адаптації підприємства до зміни зовнішнього середовища.

Pavliy O. V.,
noiq2009@gmail.com, ORCID:0009-0005-9438-8134,
Postgraduate, Poltava University of Economics and Trade, Poltava

CHANGES IN THE COMPANY: GENESIS OF THE CONCEPT AND DIRECTIONS OF ADAPTATION TO THEM OF THE MODERN COMPANIES

***Abstract.** The article is devoted to issues of change management at the enterprise. Changes accompany every enterprise regardless of its own wishes, the only question is whether the changes are driven by circumstances or by the company itself. Effectively managing these changes can be a critical success factor for organizations and individual departments. In addition, change management can help: form a team of highly qualified and talented specialists, reformat the hybrid way of working, more efficiently hire employees, increase financial results and optimize costs. The article discusses the genesis of the concept of "enterprise changes". On the basis of the generalized experience of scientists, the analysis of the given definitions, the author's own vision of the term is proposed. Scientists and their approaches to revealing the essence of the term "changes" are identified. Based on the generalization and analysis of the genesis of the term "Enterprise changes", a proper interpretation of this definition is given. The main changes faced by modern companies were studied and the main directions of adaptation of their dynamic external environment were determined. Practical cases of change management of the most successful multinational companies in the world are considered. The main strategies and algorithms of change management and the process of adapting employees to a dynamic external and internal environment are highlighted. The experience of successful companies in reducing the level of resistance to change among employees is considered. Conclusions are made about what unites companies that have a successful change management strategy. The prospect of implementing this experience in the formation of development strategies of domestic companies in the post-war period is considered. For Ukrainian companies that have been operating in*

conditions of uncertainty for the second year, the change management experience of the most successful companies in the world is quite relevant for the formation of a post-war recovery strategy.

Key words: changes, enterprise changes, resistance to changes, enterprise change management, external environment, internal environment, enterprise adaptation algorithm to changes in the external environment

JEL Classification: M12, M21, O32

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-16>

Постановка проблеми. Зміни – невід’ємна складова будь-якого розвитку та прогресу. Компанія зазнає зміни як у зовнішньому середовищі, так і у внутрішньому. Звісно, зміни можуть бути не лише позитивними, а й негативними, що змушує організації постійно адаптуватися до нових умов існування. Нині, коли на перше місце виходять динамізм та надшвидка адаптація до нових технологій, штучного інтелекту, питання адаптації до змін для підприємств є швидше риторичним.

Разом з тим, проактивні компанії ще на початку свого створення брали процес адаптації до змін на озброєння і розробляли стратегію розвитку, виходячи з невизначеності майбутнього. Українські компанії, як ніколи раніше, потребують досвіду передових компаній світу, які вже давно зміни вписали в свій ресурсний потенціал. Саме тому обрана тема дослідження є актуальною та своєчасною.

Аналіз останніх публікацій та досліджень. Зміни підприємства можуть походити з різних джерел, а тому дослідження їх природи є досить складним. Науковці з економіки вивчають зміни підприємства з різних позицій. Наприклад, макроекономічні аспекти (діджиталізація економіки, зміни в технологіях та способі виробництва) або мікроекономічні аспекти (вплив змін на підприємство, на його фінансовий результат, на конкурентоспроможність).

Найбільш відомими економістами, які займалися дослідженням змін на підприємствах, були Майкл Портер (Michael Porter), відомий американський економіст та професор Гарвардської бізнес-школи, який висунув концепцію стратегічного управління, і Пітер Друкер (Peter Drucker), одним із найвідоміших та найвпливовіших менеджерів і консультантів у сфері бізнесу, який пропонував моделі управління змінами на підприємствах.

Так, Майкл Портер розглядав зміни на підприємствах як невід’ємну частину конкурентної боротьби, яка вимагає постійного моніторингу та аналізу зовнішнього середовища, а також готовності до інновацій та нових технологій, та пошуку нових ринкових можливостей.

У свою чергу, Пітер Друкер стверджував, що зміни на підприємстві є невід’ємною частиною його розвитку. Науковець наголошував на тому, що кожне підприємство має обов’язково адаптуватися до постійної зміни зовнішнього середовища та ефективно управляти змінами у внутрішніх процесах. П. Друкер також був переконаний, що зміни мають виявлятися планомірними та системними. Він рекомендував проводити аналіз і оцінку всіх

можливих наслідків змін та переконатися, що вони сприятимуть досягненню стратегічних цілей підприємства.

Дослідження економістів, які вивчають зміни на підприємствах, тривають і донині. Серед найбільш відомих варто відзначити таких: Lewin, K., Lieberman Charlotte, Naomi Klein, Андрущенко Н. О., Гребнева Ю. І., Гринько Т. В., Гриньова В. М., Громика Р. П., Джаред Даймон, Дзяна С. Р., Дзяний Р. Б., Калінько І. В., Косач І. А., Ладонько Л. С., Найпак Д. В., Приймак Н. С., Тарасюк Г. М., Турчина С. Г. та інші. У наукових розробках зазначених учених фундаментально досліджено теоретичні аспекти управління змінами на підприємстві. Проте слід зазначити, що поняття змін на підприємстві та розробка практичних рекомендацій щодо адаптації підприємств до них потребує постійного розвитку, що і зумовило визначення мети даної статті.

Постановка завдання. Метою даної статті є розгляд генезису поняття “зміни” та розробка практичних рекомендацій щодо адаптації компаній до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зміни постійно супроводжують будь-який процес функціонування підприємства. Якщо ці зміни позитивні, то опір змінам фактично відсутній, якщо ж ні, то компанія і працівники намагаються адаптуватися до таких змін. Цілком логічно, що поняття “зміна” давно цікавило науковців.

У загальному вигляді термін “зміна” використовується для опису процесу переходу від одного стану до іншого, який може бути пов’язаний із різними фізичними, соціальними, економічними або культурними аспектами [1]. Історія людства дозволяла надати змінам різноманітні значення і використовувати їх у різних контекстах. Так, у суспільстві зміни бувають політичні, соціальні, екологічні, демографічні, технологічні тощо.

У філософії зміна розглядається як постійний процес на рівні всього буття, де ніщо не залишається сталим або незмінним [2]. Крім того, термін “зміна” містить у собі подвійну протилежну природу, оскільки може використовуватись і як для опису прогресу, інновацій та нововведень, що пришвидшує розвиток людства, так і може бути пов’язаним із втратами, руйнаціями чи знищенням, наприклад екологічна катастрофа на Каховській ГЕС, війна, забруднення екології тощо.

У таблиці 1 наведено приклади позитивних та негативних змін на підприємстві.

Приклади позитивних та негативних змін на підприємстві

Зовнішнє середовище	
Позитивні зміни для підприємства	Негативні зміни для підприємства
Зниження податкового тиску, стабільне законодавство, державні програми підтримки бізнесу, масове впровадження штучного інтелекту	Війна, екологічна катастрофа, інфляція, зростання курсу долара США, безробіття, старіння нації, недобросовісна конкуренція, корупція
Внутрішнє середовище	
Позитивні зміни на підприємстві	Негативні зміни на підприємстві
Збільшення обсягів виробництва та продажів, зростання прибутку, розширення асортименту продукції, покращення якості обслуговування клієнтів, диференціація бізнесу, впровадження інвестицій, нових технологій, удосконалення бізнес-процесів, оцифрування бізнесу	Зниження обсягів діяльності, збитковість діяльності компанії, плінність кадрів, зміна споживацької поведінки або попиту на ринку, низька кваліфікація працівників

Джерело: складено автором

Крім того, варто відзначити, що зміни не завжди мають чітко визначений позитивний або негативний вплив на підприємство. Наприклад, зниження продажів може бути негативним, але якщо це сталося через те, що підприємство вирішило зосередитися на розвитку більш прибуткових продуктів, то така зміна може бути позитивною в майбутньому.

Отже, поняття “зміна” є відображенням складних та різноманітних процесів зовнішнього середовища, оскільки динамічні технологічні та соціальні зміни впливають на всі сфери діяльності компаній.

Для підприємства досліджувати зміни є однією з ключових стратегій, оскільки від цього воно отримує:

- Конкурентні переваги. Вчасно вивчені нові зміни дозволяють підприємству запроваджувати нові технології, розвивати систему менеджменту, досліджувати нові ринки та незайняті ніші, знаходити ті можливості, що забезпечують конкурентну перевагу на ринку.

- Інновації. Наявність насиченого ринку створила попит вибагливих споживачів, тому компанії змушені запроваджувати інновації, щоб задовольнити потреби клієнтів.

- Зростання продуктивності праці. Дослідження можуть виявити ті бізнес-процеси, які необхідно оптимізувати або вдосконалити заради покращення продуктивності праці.

- Адаптацію до змін. Моніторинг змін у зовнішньому середовищі дозволяє компанії швидше адаптуватися до них і зменшити рівень опору змін серед працівників.

- Збільшення фінансового результату. Дослідження змін дозволяє впроваджувати нові технології, які призводять до зниження витрат та збільшення прибутку, що дає підприємству додаткові фінансові ресурси для розвитку.

Нині існує багато досліджень вчених про зміни в різних контекстах та галузях. Ми зосередимося на змінах у менеджменті та економіці. Одним із перших, хто досліджував зміни, є засновник теорії

соціальних систем Курт Левін [3], який вивчав зміни в соціальних системах та створив модель “переструктурування полярності”, яка пояснює процес трансформації соціальних систем.

Технологічний пророк та автор книги “The Singularity Is Near” Рей Курцвейл зосередив своє дослідження на змінах у технологіях. У книзі він передбачив: до 2045 року технологія досягне такого рівня, що штучний інтелект (ШІ) стане більш “інтелектуальним”, ніж людина, це змушує серйозно задуматися про місце людини і ШІ в майбутньому.

У свою чергу, всесвітньовідома журналістка та авторка численних книг про політику та економіку Наомі Кляйн досліджує зміни в економічних та соціальних системах. Також вона є автором “The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism” [4], де визначила вплив глобалізації на світову економіку та зміни, що нею супроводжуються.

Американський науковець Джаред Даймонд, автор книги “Collapse: How Societies Choose to Fail or Succeed” [5], застосовуючи метод аналізу історичних та антропологічних даних, досліджував зміни в суспільствах та причини їхнього краху.

У новому тлумачному українському словнику визначено зміни як “змінювання; перехід, перетворення чогось у щось якісно інше; заміна когось, чогось кимось, чимось іншим” [6].

Досить емне визначення “зміни” наведено й у Філософському словнику під редакцією В. І. Шинкарука, як “найбільш загальна форма буття всіх об’єктів та явищ, що передбачає будь-який рух та взаємодію, перехід з одного стану в інший та включає усі процеси розвитку, а також виникнення нових явищ. Зміни охоплюють як кількісне збільшення або зменшення характеристик тіл, так і якісні їх трансформації” [7].

Дослідження підходів до визначення “зміни підприємства” дозволило нам розділити їх на дві групи. Перша група науковців [8-12] робить акцент на джерелах походження змін. Т. В. Гринько зазначає, що “зміни на підприємстві можна визначити як

цілеспрямовану трансформацію просторового, часового, просторово-часового стану підприємства, його складу, структури, внутрішніх взаємозв'язків між елементами та зовнішніх – з навколишнім середовищем” [10]. Автор визначення робить акцент на тому, що зміни впливають на зовнішнє та внутрішнє середовище. Крім того, більшість науковців відзначає: зовнішні зміни підприємства є первинними, а внутрішні – вторинними.

У свою чергу, друга група дослідників [13-16] розглядає зміни підприємства як нововведення, інновації. Так, колектив авторів (І. А. Косач, Л. С. Ладонько, І. В. Калінько) зазначає, що “під змінами стосовно організації (підприємства) слід розуміти впровадження інновацій для перетворення діяльності організації відповідно до вимог ринку” [17].

Узагальнюючи здобутки науковців, можемо навести власне бачення терміна “зміни підприємства” як процес адаптації до зовнішнього та внутрішнього середовища, під час якого підприємство змінює спосіб діяльності з метою зростання фінансового результату та підвищення продуктивності праці.

Залежно від масштабу і цілей зміни вони можуть бути стратегічними та тактичними (операційними).

Стратегічні зміни впливають на рішення підприємства щодо розвитку нових ринків збуту, створення нових продуктів (послуг), реструктуризації та диференціації бізнесу тощо. Тактичні (операційні) зміни фокусуються на оптимізації й удосконаленні бізнес-процесів та покращенні фінансового результату. Можна відзначити, що стратегічні зміни значною мірою залежать від зовнішнього середовища, а операційні – від внутрішнього.

Нині компанії у всьому світі працюють не лише в умовах економічної, політичної та геополітичної нестабільності, активно борються з наслідками пандемії COVID-19, а й зазнають низку організаційних змін, які впливають на бізнес-структури, бізнес-процеси та персонал. Крім того, вітчизняні підприємства намагаються працювати в умовах війни й повної невизначеності, а тому зміни стали невід’ємною складовою зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Ці зміни включають такі складні питання, як знайти оптимальний баланс між онлайн та офлайн-моделями роботи, як організувати динамізм і швидкість задля підвищення стійкості або як вирішити питання психічного здоров’я працівників, які зазнали безпосереднього впливу війни і т.ін.

Компанія McKinsey у своєму звіті “Стан організації 2023” визначила найважливіші зміни, з якими стикаються організації, та надала деякі ідеї та пропозиції щодо того, як підійти до них. В основу звіту покладено результати дослідження, у межах якого опитано 2500 бізнес-лідерів у всьому світі щодо змін, із якими мають справу компанії. Згідно з цим дослідженням лише половина опитаних засвідчила, що їхні організації добре підготовлені до того, щоб передбачати зовнішні шоки та реагувати на них, а дві третини вважають свої ор-

ганізації надто складними та неефективними у цих питаннях [18].

Тому можна зробити попередній висновок, що в умовах масштабних змін компаніям для подальшого процвітання та розвитку необхідно зосередитися на “надздібностях” – лідерстві, таланті, швидкості та технологіях.

Крім того, у вищезазначеному звіті виокремлено 10 змін, із якими стикаються компанії нині. Серед них такі:

1. Підвищення швидкості та посилення стійкості. Більш ніж 50 % опитаних визнали, що їх компанія не готова реагувати на майбутні потрясіння та зміни. А ті, хто здатні досить швидко вийти з серійних криз, можуть отримати значні конкурентні переваги над іншими.

2. “Справжній гібрид”: новий баланс між звичайною та віддаленою роботою. З часів пандемії COVID-19 близько 90 % компаній прийняли низку гібридних моделей роботи, які дозволяють співробітникам деякий час або більшу частину часу працювати за межами підприємства. Важливо, щоб організації забезпечували структуру та підтримку щодо такої діяльності, яку краще виконувати особисто чи дистанційно.

3. Звільняємо шлях для прикладного ШІ. ШІ – це більше, ніж просто потенційна можливість покращити роботу компанії; його також можна використовувати для розробки кращих бізнес-моделей. Компанії вже використовують штучний інтелект для створення стійких каналів комунікації, значного вдосконалення способів роботи та здійснення швидших структурних змін, керованих даними.

4. Нові правила залучення, утримання та вибуття працівників. Люди переглядають своє ставлення як до роботи, так і на роботі. Організації можуть реагувати, адаптуючи ціннісні пропозиції співробітників до індивідуальних уподобань таким чином, щоб допомогти усунути розрив між тим, чого хочуть сучасні працівники, і тим, що потрібно компаніям.

5. Закриття прірви можливостей. Компанії часто анонсують технологічні або цифрові елементи у своїх стратегіях, не маючи належних можливостей для їх інтеграції. Щоб досягти конкурентної переваги, організації повинні створити інституційні можливості - інтегрований набір професіоналів, процесів і технологій, які дозволяють їм робити щось незмінно краще, ніж це роблять конкуренти.

6. “Ходьба” таланту по канату. Бізнес-лідери довгий час ходили по канату, ретельно збалансовуючи бюджети, утримуючи ключових працівників. Нині у нестабільному економічному середовищі їм потрібно більше зосередитися на підборі найкращих талантів на найцінніші ролі. Дослідження McKinsey показують, що в багатьох організаціях від 20 до 30 % критично важливих посад не займають найвідповідніші люди.

7. Лідерство, яке є самосвідомим і надихаючим. Лідери нині повинні вміти управляти собою, управляти командою колег, а також демонструвати лідерські навички та мислення, необхідні для лідерства в масштабі, координації та надихання мереж команд. Для цього вони повинні добре

усвідомлювати як себе, так і робоче середовище навколо них.

8. Досягнення значного прогресу в питаннях різноманітності, справедливості та інклюзії. Багато організацій віддають перевагу різноманітності, справедливості та інклюзії (DEI), але в багатьох випадках ініціативи не перетворюються на суттєвий прогрес. Щоб реалізувати прагнення DEI, лідери повинні будуть визначити можливості для досягнення прогресу як у своїх організаціях, так і в своїх громадах і суспільстві в цілому.

9. Психічне здоров'я: інвестування в портфель заходів. Близько дев'яти з десяти організацій у всьому світі пропонують певну форму програми благополуччя [19]. Але глобальні показники здоров'я та добробуту залишаються поганими. Організаціям необхідно переорієнтувати свої зусилля на систематичне усунення причин проблем психічного здоров'я та благополуччя; одноразових і поступових виправлень буде недостатньо.

10. Перезавантаження ефективності. Більше третини лідерів у опитуванні вважають ефективність одним із трьох пріоритетів організації. Підвищення ефективності – це щось більше, ніж просто врегулювання миттєвих криз або виконання тієї ж роботи з меншими ресурсами; це означає більш ефективне використання ресурсів там, де вони найбільш важливі.

Звісно, що для вирішення вищезазначених змін та адаптації до них компаніям необхідно застосувати інтегрований підхід, а результат повинен гарантувати, що масштабні зміни можуть відбутися з організацією, яка готова адаптуватися до нових ситуацій, нових викликів і нових можливостей.

Розглянемо практичні кейси найвідоміших компаній – перетворення змін на свій ресурс. Так, директор Поул Вайграух, генеральний директор компанії Mars Incorporated, про визначення пріоритетів важливого та підготовку до викликів завтрашнього дня зазначив, що “Наші п'ять принципів – якість, відповідальність, взаємність, ефективність і свобода – знаходяться в центрі кожного рішення, яке ми приймаємо. По-перше, ми могли б організувати нашу компанію сотнею різних способів, але наша мета – це те, що говорить нам, чи рухаємося ми в правильному напрямку. По-друге, організаційна схема 1850-х років, яка мала в основі ієрархію, більше не актуальна. Нам потрібно будувати для спільнот, а не для ієрархій. По-третє, стійкість має бути впроваджена в усій організації – не в окремому відділі, а як частина всього, що ми робимо” [20]. Директор компанії Поул Вайграух відзначає: звісно, у такому випадку розуміють, що зміни зазнаватиме абсолютно все: від геополітичної ситуації до стану планети. Все це буде впливати на функціонування компанії. Також Mars Incorporated сповідує принципи приватної сімейної компанії, в якій кожний працівник має право формувати своє майбутнє. Головний принцип у компанії – це готовність трансформувати організацію відповідно до викликів зовнішнього середовища.

Одним із найкращих місць, які вдало інтегрують зміни у свій розвиток, на нашу думку, є сингапурська фінансова компанія DBS. Ян Хонг Лі, ке-

руючий директор і керівник відділу людських ресурсів DBS, так відмітила щодо того, як вдалося залучити працівників до трансформації змін: “Зміни мають починатися згори, з сильної та послідовної команди лідерів, як наша, а потім залучати працівників усіх рівнів. Люди підтримують те, що створюють. Ми пішли до наших співробітників і запитали їх, що їм потрібно для розвитку організації. Ось так ми придумали наші цінності: цілеспрямовані, орієнтовані на стосунки, інноваційні, рішучі та все весело! Наша гордість! Цінності та поведінка глибоко вкорінені в усіх наших програмах і процесах, пов'язаних із персоналом, включно з оцінкою ефективності, під час якої ми оцінюємо співробітників запитанням «як» на додаток до «що»; під час нашого процесу найму, під час якого ми перевіряємо кандидатів, які правильно відповідають нашій культурі; акціям; і нашим різноманітним програмам розвитку лідерства” [21].

Також компанія постійно шукає напрями щодо розширення можливостей для співробітників: по-перше, керівництво делегує рішення на найнижчий із можливих рівнів; по-друге, мотивація та винагорода була делегована з віце-президента до лінійних менеджерів; по-третє, представники служби підтримки клієнтів мають право приймати управлінські рішення на власний розсуд щодо будь-яких речей, менших за 200 доларів США; по-четверте, в компанії створено середовище, в якому заохочують працівників експериментувати та не боятися невдач; по-п'яте, створено простір для думок та різних поглядів без осуду та засуджень.

Все вищезазначене сформувало політику адаптації до змін і мінімальний рівень опору змінам у працівників. Підтвердженням успішності такої політики є те, що компанія DBS була названа “Найкращим банком у світі” кількома світовими виданнями, такими як *Euromoney* і *Global Finance*.

Ще одним прикладом не просто адаптації до змін, а й компанії, яка ці зміни створює та впроваджує, є GitLab Inc. Унікальність даної організації в тому, що вона має приблизно 2100 працівників, які працюють у 60 країнах світу, і всі вони виконують свою роботу дистанційно.

Компанія GitLab Inc ще у 2011 році прийняла рішення про стовідсотковий віддалений формат роботи працівників і нині це одна з найбільш повністю віддалених організацій у світі. Під керівництвом співзасновника та генерального директора Сіда Сійбрандія компанія еволюціонувала від інструменту для співпраці з відкритим кодом для програмістів до платформи наскрізної розробки, безпеки та операцій (DevSecOps) із понад 30 мільйонами зареєстрованих користувачів. Її швидке зростання підтримується набором норм, систем і процесів, які дозволяють їй глобальній робочій силі співпрацювати в різних часових поясах і розкладах [22].

Для ефективної віддаленої роботи компанії GitLab Inc довелося створити систему, в якій кожен працівник може розмішувати інформацію та робити внесок незалежно від місця розташування, посади чи функції. Крім того, компанія постійно інвестує в розробку нових методів роботи, які забезпечують

асинхронну комунікацію. Так, організація має довідник, який містить 2700 веб-сторінок і який є доступним для всіх працівників та громадськості, а якщо у когось виникне нагальне питання, то у ньому можна достатньо швидко знайти відповідь, не шукаючи когось для консультацій.

Компанія GitLab Inc досягнула такого великого успіху у віддаленому форматі, що під час COVID-19 почала навчати та підтримувати інші компанії для переходу до віддаленої роботи. Дійсно, GitLab – приклад того, як проактивна поведінка дозволяє адаптовуватися до змін зовнішнього середовища, а й подекуди стати ініціатором цих змін.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Таким чином, можна зробити такі висновки:

- Зміни – достатньо складний феномен для дослідження, оскільки більшість із них не залежить від впливу людини, а носить природний чи економічний характер.

- Підприємства протягом усього існування намагалися винайти дієвий механізм адаптації до змін. Адже працівники в будь-якій компанії, природно боячись всього невідомого та нового, чинять досить сильний опір змінам, навіть якщо ці зміни полегшать їм роботу.

- Науковці протягом століть досліджують природу “змін підприємства”. Вітчизняні науковці мають два підходи до даного визначення: перша група робить акцент на джерелах походження змін, а друга – на інноваціях та нововведеннях. На нашу думку, термін “змін підприємства” є настільки складним та ємним, що і перша, й друга група науковців мають рацію, оскільки зміни мають як зовнішнє, так і внутрішнє походження та й будь-яка інновація та нововведення – це по суті і є зміни підприємства.

- Компанія McKinsey у звіті “Стан організацій 2023” окреслила основні зміни, з якими стикаються сучасні компанії, та визначила, що в умовах масштабних змін компаніям для подальшого процвітання та розвитку необхідно зосередитися на “надздібностях” – лідерстві, таланті, швидкості та технологіях.

Також нами було наведено найкращі світові компанії, які мають великий досвід управління змінами і перетворення їх у свій ресурсний потенціал. Кожна з наведених компаній обрала свій шлях трансформації змін, але всіх їх об’єднує те, що вони не бояться трансформацій та невдач, мають проактивну поведінку, а працівники не лише якісно виконують свою роботу, а й мають право приймати управлінські рішення та бути частиною єдиної команди.

На нашу думку, для українських компаній, які вже другий рік існують в умовах невизначеності, впровадження досвіду управління змінами найуспішніших компаній світу є досить актуальним, зокрема для формування повоєнної стратегії відновлення, що і буде предметом наших подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Приймак Н. С. Прояв опору змінам на різних рівнях корпоративної культури підприємства. *Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні* : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Київ : КНУТД, 2019. С. 159-161.
2. Філософія : підручник для студентів і курсантів вищих закладів освіти III-IV рівнів акредитації / авт. кол.; за ред. О. В. Рябіної, Л. І. Юрченко. Х. : Видавництво Іванченка І.С., 2021. 286 с.
3. Lewin, K. Feild. *Theory in Social Science: Selected Edited by Dorwin Cartwright*. New York : Harper & Row, 1951. 346 p.
4. Naomi Klein *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. 2007. P. 575.
5. Джаред Даймон Колапс: Чому одні суспільства занепадають, а інші успішно розвиваються. КМ-Букс, 2021. 688 с.
6. Новий тлумачний словник української мови / укладачі: В. Яременко, О. Сліпущко. К. : Аконті, 2000. Т. 2. 912 с.
7. Філософський енциклопедичний словник : енциклопедія / НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди ; голов. ред. В. І. Шинкарук. Київ : Абрис, 2002. 742 с.
8. Найпак Д. В. Формування алгоритму управління організаційними змінами в забезпеченні розвитку підприємства на основі процесного підходу. *Державне регулювання процесів економічного і соціального розвитку. Теорія та практика державного управління*. 2011. Вип. 2 (33). С. 1-11.
9. Гриньова В. М., Гребнева Ю. І. Дослідження сутності управління змінами в забезпеченні циклічного розвитку підприємств. *Бізнес Інформ*. 2013. № 12. С. 249-254.
10. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку. *Бізнес Інформ*. 2013. № 10. С. 247-252.
11. Турчіна С. Г. Система управління змінами як складник успішного розвитку підприємств. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 3 (08). С. 199-203. URL: <http://www.easterneuropeebm.in.ua/index.php/2017>.
12. Дзяна С. Р., Дзяний Р. Б. Теоретичні засади управління змінами в сучасних умовах. *Ефективність державного управління*. 2013. Вип. 34. С. 31-40.
13. Громіка Р. П. Інновації та стратегічні зміни підприємства. *Бізнес Інформ*. 2014. № 9. С. 98-100.
14. Тарасюк Г. М. Управління змінами в системі управління підприємством. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки*. 2010. № 2 (52). С. 287-291.
15. Андрущенко Н. О. Роль та значення сучасної системи управління змінами як одного з факторів стрімкого розвитку вітчизняних підприємств торгівлі. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 5. С. 288-291.
16. Business Dictionary. URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/changemanagement.html>.

17. Косач І. А., Ладонько Л. С., Калінько І. В. Ділове адміністрування: менеджмент організацій та управління змінами : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2016. 217 с.

18. Стан організацій 2023: десять змін, які трансформують організації. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/the-state-of-organizations-2023>.

19. Charlotte Lieberman, What wellness programs don't do for workers, Harvard Business Review, August 14, 2019.

20. Слухайте головою і серцем: як Марс закріплюється на принципах і людях. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/listen-with-your-head-and-heart-how-mars-anchors-on-principles-and-people>.

21. Керівництво з фронту: як DBS сприймає зміни та розширює можливості співробітників. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/leading-from-the-front-how-dbs-embraces-change-and-empowers-employees>.

22. Усе віддалено з першого робочого дня: як процвітає GitLab. URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/all-remote-from-day-one-how-gitlab-thrives>.

REFERENCES

1. Pryjmak, N. S. (2019), Proivav oporu zminam na riznykh rivniakh korporativnoi kul'tury pidpriemstva, *Suchasni determinanty rozvytku biznes-protseviv v Ukraini* : zb. materialiv III Mizhnar. nauk.-prakt. inter-net-konf., KNUVD, Kyiv, s. 159-161.

2. Filosofiia : pidruchnyk dlia studentiv i kursantiv vyschykh zakladiv osvity III-IV rivniv akredytatsii / avt. kol.; za red. O. V. Riabininoi, L. I. Yurchenko (2021), Vydavnytstvo Ivanchenko I.S., Kh., 286 s.

3. Lewin, K. Feild. (1951), *Theory in Social Science: Selected Edited by Dorwin Cartwright*, Harper & Row, New York, 346 p.

4. Naomi Klein (2007), *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*, r. 575.

5. Dzhared Dajmon (2021), *Kolaps: Chomu odni suspil'stva zanepadaiut', a inshi uspishno rozvyvaiut'sia*, KM-Buks, 688 s.

6. Novyj tlumachnyj slovnyk ukrains'koi movy / ukladachi: V. Yaremenko, O. Slipushko (2000), Akonit, K., T. 2, 912 s.

7. Filosofs'kyj entsyklopedychnyj slovnyk : entsyklopedyia (2002), NAN Ukrainy, In-t filosofii im. H. S. Skovorody ; holov. red. V. I. Shynkaruk, Abrys, Kyiv, 742 s.

8. Najpak, D. V. (2011), Formuvannia alhorytmu upravlinnia orhanizatsijnymy zminamy v zabezpechenni rozvytku pidpriemstva na osnovi protsesnoho pidkhodu, *Derzhavne rehuliuвання protsesiv ekonomichnoho i sotsial'noho rozvytku. Te-*

oriia ta praktyka derzhavnoho upravlinnia., vyp. 2 (33), s. 1-11.

9. Hryn'ova, V. M. and Hrebnieva, Yu. I. (2013), Doslidzhennia sutnosti upravlinnia zminamy v zabezpechenni tsyklichnoho rozvytku pidpriemstv, *Biznes Inform*, № 12, s. 249-254.

10. Hryn'ko, T. V. (2013), Upravlinnia zminamy na pidpriemstvakh – neobkhidna umova zabezpechennia ikh rozvytku, *Biznes Inform*, № 10, s. 247-252.

11. Turchina, S. H. (2017), Systema upravlinnia zminamy iak skladnyk uspishnoho rozvytku pidpriemstv, *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia*, vyp. 3 (08), s. 199-203, available at: <http://www.easterneuropeebm.in.ua/index.php/2017>.

12. Dziana, S. R. and Dzianyj, R. B. (2013), Teorettychni zasady upravlinnia zminamy v suchasnykh umovakh, *Efektynnist' derzhavnoho upravlinnia*, vyp. 34, s. 31-40.

13. Hromyka, R. P. (2014), Innovatsii ta stratehichni zminy pidpriemstva, *Biznes Inform*, №9, s. 98-100.

14. Tarasiuk, H. M. (2010), Upravlinnia zminamy v systemi upravlinnia pidpriemstvom, *Visnyk Zhytomyr's'koho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Ekonomichni nauky.*, № 2 (52), s. 287-291.

15. Andruschenko, N. O. (2015), Rol' ta znachennia suchasnoi systemy upravlinnia zminamy iak odnogo z faktoriv strimkoho rozvytku vitchyznianykh pidpriemstv torhivli, *Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky*, vyp. 5, s. 288-291.

16. Business Dictionary, available at: <http://www.businessdictionary.com/definition/changemanagement.html>.

17. Kosach, I. A. Ladon'ko, L. S. and Kalin'ko, I. V. (2016), Dilove administruvannia: menedzhment orhanizatsij ta upravlinnia zminamy : navchal'nyj posibnyk, Kondor, Kyiv, 217 s.

18. Stan orhanizatsij 2023: desiat' zmin, iaki transformuiut' orhanizatsii, available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/the-state-of-organizations-2023>.

19. Charlotte Lieberman What wellness programs don't do for workers, Harvard Business Review, August 14, 2019.

20. Slukhajte holovoju i sertsem: iak Mars zakripluiet'sia na pryntsyapkakh i liudiakh, available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/listen-with-your-head-and-heart-how-mars-anchors-on-principles-and-people>.

21. Kerivnytstvo z frontu: iak DBS spryjmaie zminy ta rozshyriuie mozhlyvosti spivrobitnykiv, available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/leading-from-the-front-how-dbs-embraces-change-and-empowers-employees>.

22. Use viddaleno z pershoho robochoho dnia: iak protsvitaie GitLab, available at: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/all-remote-from-day-one-how-gitlab-thrives>.

Стаття надійшла до редакції 12 липня 2023 року

УДК: 330.341.1 : 339.37

Гринів В. Б.,

vhryniv@gmail.com,

здобувач, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ШВИДКОПЛИННОГО СЕРЕДОВИЩА

Анотація. Із початком повномасштабної війни, розв'язаної РФ проти України, значна частина підприємств роздрібною торгівлі опинилися перед викликами, які неможливо подолати стандартними інструментами розвитку бізнесу. Існує низка системних ризиків, пов'язаних із війною та особливостями післявоєнної відбудови, які мають чіткий негативний вплив на можливості ефективної роботи галузі, що актуалізує необхідність концептуального окреслення інноваційного шляху відбудови вітчизняної роздрібною торгівлі для подолання викликів агресивного середовища. Основним завданням дослідження є концептуалізація системного інноваційного розвитку в середовищі вітчизняної роздрібною торгівлі як шляху подолання зовнішніх викликів. Доведено, що концепція післявоєнної відбудови роздрібною торгівлі потребує врахування виявлених під час війни особливостей функціонування підприємств галузі, а удосконалення торговельних практик доцільно здійснювати з використанням інноваційних підходів. Показано, що інновації дозволять торговельним підприємствам покращити конкурентні позиції та результативність діяльності, оптимізувати взаємодію з покупцями та стейкхолдерами, збільшити капіталізацію. Найбільш перспективними напрямками інноваційного відновлення роздрібною торгівлі визначено наскрізну цифровізацію торговельних технологічних процесів і впровадження хмарних бізнес-операцій, удосконалення транспортно-складської логістики та ланцюгів постачання, впровадження моделі омніканальності, посилення іміджевої складової власних торговельних марок та управління поведінкою споживачів. З'ясовано, що включення інноваційних проектів у плани відновлення роздрібною торгівлі матиме позитивні ефекти щодо осучаснення технологій продажу, оновлення способів комунікацій із покупцями при контактних і безконтактних операціях, просування нових товарів, що в сукупності сприятиме кращому задоволенню потреб споживачів і сприятиме стабілізації торговельного бізнесу в умовах війни та післявоєнної відбудови. Напрямок подальших досліджень має забезпечити розробку механізмів ефективної інноваційно-інвестиційної підтримки розвитку роздрібною торгівлі в умовах агресивного швидкоплинного середовища.

Ключові слова: роздрібна торгівля, інновації, ланцюги постачання, стейкхолдери, логістика, омніканальність.

Hryniv V. B.,

vhryniv@gmail.com,

Postgraduate, Lviv University of Trade and Economics, Lviv

CONCEPTUALIZATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE IN A FAST-CHANGING ENVIRONMENT

Abstract. With the beginning of the full-scale war unleashed by the Russian Federation against Ukraine, a large part of retail trade enterprises found themselves facing challenges that cannot be overcome with standard business development tools. There are a number of systemic risks associated with the war and features of post-war reconstruction, which have a clear negative impact on the ability of the industry to work effectively, which actualizes the need for a conceptual outline of an innovative path to the reconstruction of domestic retail trade to overcome the challenges of an aggressive environment. The main task of the study is the conceptualization of system innovative development in the environment of domestic retail trade as a way to overcome external challenges. It has been proven that the concept of post-war recovery of retail trade needs to take into account the peculiarities of the functioning of enterprises of the industry discovered during the war, and it is expedient to improve trade practices using innovative approaches. It is shown that innovations will allow trade enterprises to improve their competitive positions and performance, optimize interaction with buyers and stakeholders as well as increase capitalization. End-to-end digitization of trade technological processes and the introduction of cloud business operations, improvement of transport and warehouse logistics and supply chains, implementation of the omni-channel model, strengthening of the image component of own brands and management of consumer behavior are identified as the most promising directions of innovative recovery of retail trade. It has been found that the inclusion of innovative projects in the plans for the recovery of retail trade will have positive effects on the modernization of sales technologies, updating the methods of communication with buyers during contact and contactless transactions, promotion of new products, which in aggregate will contribute to better satisfac-

tion of consumer needs and contribute to the stabilization of trade business in conditions of war and post-war reconstruction. The direction of further research should ensure the development of mechanisms for effective innovation and investment support for the development of retail trade in the conditions of an aggressive fast-changing environment.

Key words: retail, innovation, supply chains, stakeholders, logistics, sustainability.

JEL Classification: F17, O32, H56

DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-73-17>

Постановка проблеми. Роздрібна торгівля, виконуючи посередницькі функції розподілу благ у процесі товарного обігу, все більше потребує масштабних інноваційних зрушень у відповідь на часом непередбачувані зміни сучасного зовнішнього середовища. З початком повномасштабної війни, розв'язаної РФ проти України, значна частина підприємств роздрібною торгівлі опинилися перед викликами, які неможливо подолати стандартними інструментами розвитку бізнесу. Попри те, що на звільнених від тимчасової окупації територіях саме суб'єкти господарювання у сфері внутрішньої торгівлі першими відновлюють ринкову присутність та власну діяльність, існує низка системних ризиків, пов'язаних з війною та особливостями післявоєнної відбудови, які мають чіткий негативний вплив на можливості ефективної роботи галузі. Зрозуміло, що внаслідок військових дій та окупації порушується усталена ринкова взаємодія зі стейкхолдерами, ускладнюється ланцюг постачання, змінюються споживчі пріоритети громадян. Отож, єдино можливим шляхом відновлення власних ринкових позицій і подальшого нарощення капіталізації роздрібного бізнесу стає запровадження різноманітних нововведень у формати роздрібною торгівлі, моделі брендингу, асортиментну політику, торгово-технологічні процеси, управління клієнтським досвідом, поширення інформаційних технологій, залучення медіаресурсів тощо. На цьому тлі актуалізується необхідність концептуального окреслення інноваційного шляху відбудови вітчизняної роздрібною торгівлі для подолання викликів агресивного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку роздрібною торгівлі доволі широко вивчаються науковою спільнотою. Так, у дослідженні Г. Богородицької, А. Гриценка та А. Філоненко з'ясовано, що під впливом такого негативного зовнішнього чинника, як пандемія, зросла гнучкість споживачів до вибору каналів розподілу, актуалізувались інтегровані послуги ритейлу [1]. Увага Г. Пшинки та Л. Гетьман приділялася питанням маркетингового супроводу бізнес-моделювання роздрібною торгівлі [14], В. Шевченко, Т. Мішустіна та А. Бондаренко дослідили взаємозв'язок споживчих переваг і лояльності споживачів [17], інновації в роздрібною торгівлі системно вивчалися А. Проскоковою [13], Н. Качена проаналізувала інноваційні стратегії управління економічною активністю роздрібних підприємств [7], І. Миколайчук та Ю. Силкіна

здійснили порівняльний аналіз різновидів торговельних форматів ритейлу в Україні [10], В. Павлова окреслила засади пошуку шляхів розвитку вітчизняного ритейлу в повоєнний період [12].

Зважаючи на процеси глобалізації в сучасному економічному просторі та непередбачуваність змін зовнішнього середовища у всьому світі, для визначення інноваційних шляхів розвитку вітчизняної роздрібною торгівлі було проаналізовано низку наукових досліджень сучасних зарубіжних авторів. Зокрема, L. Bollweg зі співавт. представили порівняльний аналіз ритейлу за умов традиційної бізнес-моделі та проривного інноваційного процесу [19], L. Grimmer зі співавт. виявили, що стратегічна орієнтація на інноваційний розвиток і здатність до планування можуть розглядатись як драйвери розвитку ресурсів і продуктивності роздрібних торговельних організацій [22]. Різні аспекти інноваційних зрушень у ритейлі дослідили С. Jones та N. Livingstone [25], M. Ridwan [26] та інші автори. R. Hensel зі співавт. вивчили вплив навичок прийняття стратегічних рішень на структуру ефективності та успішність роздрібного продавця [23]. Водночас попри широкий науковий консенсус щодо важливості інноваційного розвитку роздрібною торгівлі залишаються неузгодженими інструменти та засоби оновлення, не розроблені моделі подолання викликів середовища.

Постановка завдання. Загалом дослідження зосереджується на вивченні інновацій у роздрібною торгівлі в умовах непередбачених, загрозливих та агресивних ситуацій війни та післявоєнного відновлення економіки України. Відповідно, основним завданням дослідження є концептуалізація системного інноваційного розвитку в середовищі вітчизняної роздрібною торгівлі як шляху подолання зовнішніх викликів.

Вклад основного матеріалу дослідження. Функціонування роздрібною торгівлі характеризується впливом таких чинників, як жорсткий конкурентний тиск та стрімка зміна споживчої поведінки, що зумовлює необхідність ефективного проектування та впровадження інноваційних бізнес-стратегій.

Власне, посилення конкурентного тиску, як підкреслюють L. Bollweg та ін., спричинило до значного зростання онлайн-продажів, пришвидшення технологічного прогресу в реалізації інтернет-продажів, що вимагає узгоджених змін ритейлу у відповідь на непередбачуваність споживчої поведінки [19] Важливим фактором впливу на зростання інноваційної активності вітчизняних

підприємств роздрібної торгівлі В. Лісіца та ін. називають їх організаційну здатність впроваджувати діджиталізовані бізнес-моделі та пропонувати високоєфективні або багатоканальні продажі, задіюючи одночасно фізичні магазини для захоплення більшої частки ринку [8, с. 46-48].

Більше того, зростаюча тенденція появи на українському ринку ритейлерів формату Big Box (формат універсального роздрібу, що характеризується надвеликими площами торговельних площадок, величезним асортиментом та агресивною тактикою ціноутворення) та аутлету (брендові стоки минулих сезонів) і стабільно успішний розвиток потужних мережевих супермаркетів також спонукають більш дрібних операторів ринку до обрання різноманітних форм діджиталізованої торгівлі як єдино можливого інструменту продовження власного життєвого циклу. Водночас окремі дослідники вказують на можливості макророздрібних торговельних підприємств досягати успіху за рахунок маркетингу власного бренду [10; 24], що також впливає на необхідність більш дрібного бізнесу шукати шляхи інноваційного розвитку [1; 25].

Особливої гостроти питання інноваційного розвитку вітчизняних роздрібних підприємств набуло через військову агресію Росії. Головне завдання роздрібної торгівлі як складової системи розподілу економічних благ полягає у забезпеченні життєдіяльності громадян через пропозицію якісних товарів та сервісного обслуговування за прийнятну ціну. До початку повномасштабної війни роздрібна торгівля демонструвала позитивну динаміку прибутковості (табл. 1).

В умовах війни підприємства роздрібної торгівлі виконують важливу соціально-економічну місію забезпечення основних потреб громадян попри складність організації торгівлі та втрати від повномасштабних бойових дій, окупації територій та терористичних атак Росії. Серед основних проблем роздрібно-торговельного бізнесу його

власники називають ускладнення процесів реалізації та обслуговування покупців через втрати майна, зменшення кількості функціонуючих магазинів, подальше руйнування критичної інфраструктури, логістики, зростання виробничих витрат, зниження доходів населення, скорочення можливостей товарного забезпечення тощо [11].

В умовах війни чітко означилися два тренди вітчизняної роздрібно-торгівлі: внутрішня організація діяльності торговельних підприємств та географічні зміни рельєфу. Організаційні зміни спостерігаються насамперед щодо графіків роботи роздрібних магазинів, якими обумовлюються масштаби бізнес-діяльності та можливості задоволення попиту покупців. Водночас серед власників бізнесу зросло усвідомлення важливості соціальної відповідальності торгівлі, етичних засад діяльності, розвитку іміджевої складової у стосунках зі споживачами.

Зміни рельєфу відбуваються насамперед під дією чинників, пов'язаних зі становищем на фронті, що зумовлюють необхідність релокації торговельних підприємств, масові міграційні процеси, зміну пріоритетів у споживанні тощо, а також із можливостями відновлення після деокупації чи припинення активних бойових дій. В. Павлова, прослідкувавши профіль суб'єктів ритейлу за перші 3 місяці повномасштабної війни, виявила його структурну мінливість та, поза тим, неймовірно високий потенціал відновлення [12]. Так, після різкого падіння галузі після початку повномасштабної війни вже в перші три місяці засвідчено активне зростання частки працюючих торговельних підприємств. Продовживши започаткований науковицею аналіз зміни рельєфу сегментів ринку роздрібно-торгівлі, ми підтвердили її припущення про високу стійкість роздрібно-торгівлі до шоківих змін середовища (табл. 2).

Таблиця 1

Основні показники роздрібно-торгівлі в Україні у 2017-2021 рр.

Показник	2017	2018	2019	2020	2021
Роздрібний товарооборот (юридичні особи), млн грн	586330,1	668369,6	793479,2	868283,3	1044516,5
Частка в роздрібному товарообороті, %:					
- продовольчі товари	39,8	43,3	42,4	44,2	43,1
- непродовольчі товари	60,2	56,7	57,6	55,8	56,9
Оборот роздрібно-торгівлі, млн грн	815344,3	930629,2	1094045,8	1201624	1443832,9
Індекс фізичного обсягу, у % до попереднього року	106	105,8	111,4	107,2	110,9

Джерело: сформовано за даними [3]

Рельєф роздрібної торгівлі України під впливом повномасштабної війни

Сегмент роздрібної торгівлі	Кількість об'єктів, од.															Відновлено, %	
	до війни	стан	Бер. 2022	Кві. 2022	Тра. 2022	Чер. 2022	Лип. 2022	Сер. 2022	Вер. 2022	Жов. 2022	Лис. 2022	Гру. 2022	Січ. 2023	Лют. 2023	Бер. 2023		Кві. 2023
Продуктові супермаркети	5226	П	3600	3463	3798	4124	4227	4273	4737	4767	4803	4913	4980	5010	5078	5100	+19%
		З	-978	-1117	-795	-546	-443	-397	-379	-375	-370	-260	-238	-208	-148	-126	
Непродукто-вий ритейл	3168	П	1928	2155	2234	2343	2366	2362	2607	2600	2575	2646	3017	3058	3100	3151	+26%
		З	-724	-497	-424	-315	-292	-296	-251	-258	-283	-212	-168	-127	-68	-17	
Ювелірні вироби	1313	П	197	629	665	747	790	808	890	899	910	933	945	957	972	980	+60%
		З	-1119	-684	-648	-566	-523	-505	-426	-414	-403	-380	-368	-356	-341	-333	
Одяг, взуття	646	П	142	234	302	381	387	406	443	454	468	482	492	497	550	554	+58%
		З	-368	-276	-208	-182	-176	-157	-160	-149	-135	-121	-111	-106	-98	-92	
Побутова та електро-техніка	980	П	502	559	624	685	689	689	783	799	811	826	831	834	842	847	+30%
		З	-392	-335	-270	-209	-205	-205	-197	-181	-169	-154	-149	-146	-138	-133	
Аптеки	3796	П	3171	3440	3502	3662	3677	3665	3729	3724	3767	3815	3885	3922	3977	4020	+22%
		З	-625	-356	-303	-134	-119	-131	-67	-72	-29	+19	+69	+126	+181	+224	
Автозаправки	1512	П	1163	1170	1175	1347	1355	1385	1405	1408	1405	1419	1426	1432	1442	1447	+10
		З	-200	-193	-188	-165	-157	-127	-107	-104	-107	-93	-86	-80	-70	-65	
Будівельні матеріали	130	П	76	81	85	89	90	90	91	92	108	111	115	117	119	119	+24
		З	-35	-30	-26	-22	-21	-21	-20	-19	-22	-19	-15	-13	-11	-11	
Розважальні центри	50	П	6	13	20	27	27	31	44	44	45	45	46	46	47	47	+81%
		З	-40	-33	-27	-19	-19	-15	-6	-6	-5	-5	-4	-4	-3	-3	
Всього	16821	П	10782	11744	12523	13405	13608	13709	14729	14763	14892	15190	15717	15873	16127	16265	26%
		З	-4481	-3521	-2768	-2158	-1955	-1854	-1610	-1602	-1523	-1225	-1070	-914	-694	-556	

Примітка: П – працюючі об'єкти, З – закриті об'єкти роздрібної торгівлі
Джерело: сформовано за даними [4]

Як бачимо, навіть у надзвичайно складних умовах бізнес продовжує працювати, об'єкти роздрібної торгівлі у різних сегментах ринку нарощують темпи відновлення. Зокрема, у квітні 2023 р. працювало 16,3 тис. об'єктів роздрібної торгівлі, що становило 97% довоєнного рівня (рис. 1). Попри

надскладні умови функціонування, особливо на територіях, щойно звільнених із окупації, торговельна галузь швидкими темпами відновлює критично важливу інфраструктуру забезпечення громадян необхідними товарами.

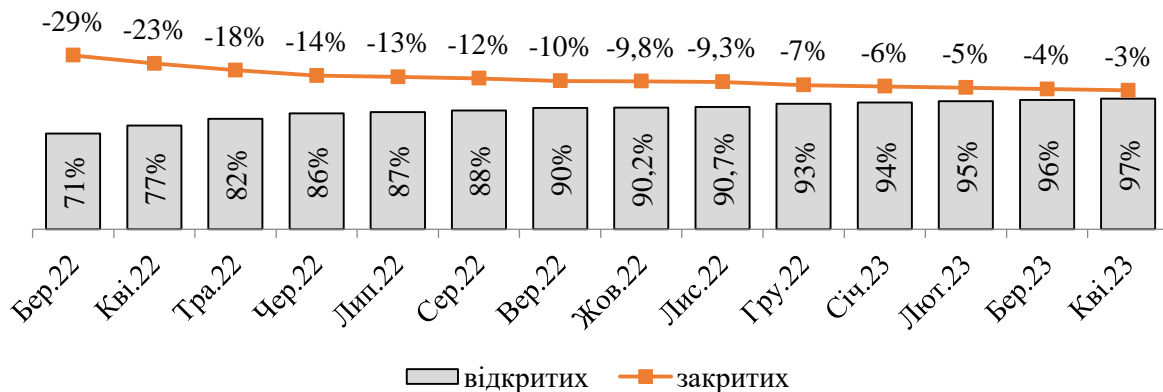


Рис. 1. Динаміка об'єктів роздрібної торгівлі України під впливом повномасштабної війни
Джерело: побудовано за даними [4]

Отож, не заперечуючи твердження науковців про надзвичайну роль розвитку конкурентного середовища [22] та маркетингових технологій [14] на інноваційні зміни роздрібно́ї торгівлі, відзначимо: в умовах сьогодення концептуальні рішення лежать в площині повного післявоєнного відновлення галузі на засадах інноваційності.

Насамперед визначимося з технологічними трендами у роздрібній торгівлі. Так, консалтингова компанія Emergen Research (Канада) представила на загал результати синдикуваного дослідження використання технологічних інновацій для покращення купівельного досвіду клієнтів, підвищення операційної ефективності та збільшення доходів. Фахівці компанії довели, що клієнтська звичка до можливостей омніканальності запустила своєрідну інноваційну спіраль, в якій постійно зростає значення розвитку технологій управління запасами, ланцюгами постачання, клієнтськими інформаційними потоками для створення індивідуалізованих маркетингових підходів. Затребуваність персоналізованих рекомендацій на основі активності споживачів в Інтернеті, впровадження технологій віртуальної реальності та штучного інтелекту для поєднання цифрової та фізичної взаємодії в секторі роздрібно́ї торгівлі зумовлюють такі тренди:

- створення іммерсивних вражень (ефекту “занурення” у віртуальну реальність);
- полегшення процесу здійснення покупок (введення безконтактних платежів, автономізація магазинів (робота без касирів);
- поширення Retail Media для точного профілювання споживачів і відповідного налаштування реклами як безпосередньо в магазині, так і на веб-сайтах або в мобільних додатках e-commerce;
- багатоканальність або гібридність продажів для забезпечення омніканального шляху клієнта та безперервного обслуговування на різних каналах;
- використання квантових обчислень для вирішення завдань оптимізації ланцюгів поставок, систематизації даних про клієнтський досвід та прогнозування попиту;

- запровадження ресурсощадливих “зелених” технологій (екологічно безпечного пакування, енергозберігаючих приладів) для зменшення негативного впливу на довкілля та підтвердження власної соціальної відповідальності;

- моніторинг настроїв, уподобань та прихильності клієнтів за допомогою соцмереж та розробка проєктів соціальної комерції;

- використання чат-ботів для залучення клієнтів, накопичення відгуків, автоматизації індивідуальних процесів купівлі та організації постпродажного консультування [21].

Сьогодні як вітчизняні [2; 17], так і зарубіжні [26; 27] науковці сходяться у думці, що інноваційні зрушення в роздрібній торгівлі мають концентруватися довкола ідеї кращого задоволення потреб споживачів. Зокрема, досліджуючи споживача як центральний об’єкт уваги роздрібно́го торговельного підприємства, А. Проскокова зауважила, що забезпечення позитивного враження від покупки є найважливішим напрямком інноваційного розвитку. Отож, інновації в роздрібній торгівлі вона визначила як комплекс взаємопов’язаних дій щодо генерації нових ідей на різних стадіях торговельної діяльності, які створюють додаткову цінність для споживача, одночасно забезпечуючи підприємству зростання прибутковості та позитивний соціальний ефект [13].

Розглядаючи інноваційні процеси в роздрібній торгівлі, Л. Іваненко запропонувала авторську методологію управління досвідом клієнтів [6], базовану на моделюванні ігрових секторів із визначенням найбільш корисних для бізнесу типів товару та покупки. Адаптація цієї моделі до умов післявоєнного відновлення внутрішньої торгівлі наочно демонструє споживацькі пріоритети, на які підприємства, розробляючи власні інноваційні стратегії, мають звернути особливу увагу (рис. 2).

У сенсі аналізу клієнтського досвіду в діджиталізованому просторі роздрібно́ї торгівлі цікавою видається аналітика фахівців українського онлайн-ритейлера Rozetka про зміни споживацьких уподобань (табл. 3) щодо найпопулярніших товарів і товарних категорій [16].

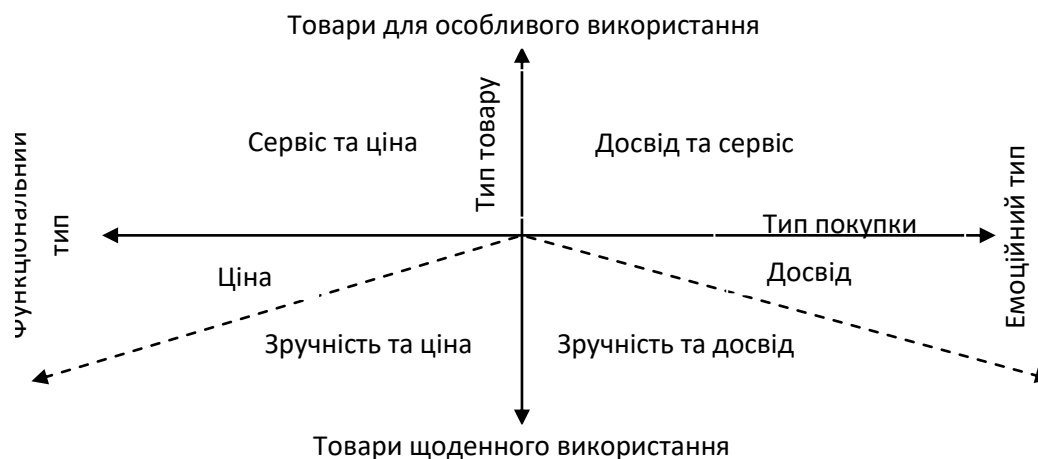


Рис. 2. Загальна схема моделі роздрібних ігрових секторів

Джерело: адаптовано за матеріалами [6]

Зміна споживацьких пріоритетів у роздрібній online-торгівлі

Пріоритет	2010	2013	2016	2019	2022	2023
1	Комп'ютери Ноутбуки	Комп'ютери Ноутбуки	Смартфони Телевізори Електроніка	Смартфони Телевізори Електроніка	Товари для дому	Товари для дому
2	Смартфони Телевізори Електроніка	Смартфони Телевізори Електроніка	Комп'ютери Ноутбуки	Товари для дому	Смартфони Телевізори Електроніка	Смартфони Телевізори Електроніка
3	Побутова техніка	Побутова техніка	Побутова техніка	Побутова техніка	Краса і здоров'я	Краса і здоров'я
4	Спорт та захоплення	Спорт та захоплення	Товари для дому	Товари для дітей	Побутова техніка	Алкоголь Харчові продукти
5	Товари для дітей	Інструменти Автотовари	Товари для дому	Товари для дітей	Алкоголь Харчові продукти	Комп'ютери Ноутбуки
6	Інструменти Автотовари	Товари для дітей	Інструменти Автотовари	Одяг Взуття Акcesуари	Одяг Взуття Акcesуари	Одяг Взуття Акcesуари
7	Товари для дому	Товари для дому	Спорт та захоплення	Краса і здоров'я	Комп'ютери Ноутбуки	Товари для військових

Джерело: сформовано за матеріалами [16]

Досліджуючи актуальні підходи до бізнес-моделювання в роздрібній торгівлі, Г. Пшинка та Л. Гетьман визначають значну поширеність у середовищі вітчизняного ритейлу моделі тактичного частково інтегрованого маркетингу і пропонують переорієнтацію на інтегрований та холистичний маркетинг як найперспективніші інструменти забезпечення інноваційного розвитку через їх клієнтоорієнтованість і можливість залучення ІТ-активів і капіталу знань. Разом з тим, автори наголошують, що інноваційний розвиток торгівлі обмежується через наявні інституційні протиріччя та обмеженість внутрішніх ресурсів, які визначають інноваційний потенціал роздрібних підприємств [14].

Орієнтування інноваційних зрушень під час відновлення роздрібної торгівлі на маркетингові моделі забезпечує чітке визначення ринкових потреб для більш якісного формування товарних пропозицій та методів продажів для кращого задоволення потреб клієнтів, що максимізує задоволеність споживачів. Іншим важливим напрямом маркетингового інноваційного шляху є оптимізація витрат через трансформацію дистрибутивних каналів та пошук нових

інструментів ринкової взаємодії. О. Зозульов пропонує інтегрований підхід до маркетингового моделювання, сутність якого полягає в імплементації в бізнес-модель роздрібною торговельного підприємства сукупності бізнес-процесів стратегічного, тактичного та оперативного рівнів із відповідними маркетинговими інструментами [5].

Розглядаючи засади формування інноваційних стратегій підприємств торгівлі, Н. Кашена довела їх орієнтованість на використання інновацій для забезпечення конкурентних переваг високого порядку, зростання ринкової активності та капіталізації підприємств торгівлі в швидкоплинному бізнес-середовищі [7]. Основний акцент дослідження науковиці спрямувала на інноваційні стратегії розвитку економічної активності торговельних підприємств, запропонувавши дієвий алгоритм їх формування та реалізації, який за умов певної адаптації до умов функціонування в агресивному і непередбачуваному середовищі війни можна вважати цілком дієвим інструментом формування інноваційних стратегій післявоєнного відновлення економічної активності роздрібною торгівлі (рис. 3).



Рис. 3. Модель формування й реалізації інноваційної стратегії відновлення економічної активності підприємств роздрібної торгівлі

Джерело: адаптовано за матеріалами [7]

Важливий для ефективного реалізації інноваційної стратегії механізм управління взаємодією з ключовими стейкхолдерами К. Лящук визначає як цілеспрямований процес узгодження соціальних експектацій виробників, дистриб'юторів, поставальників та інших учасників бізнес-середовища [9]. Науковиця запропонувала механізм взаємодії зі стейкхолдерами у вигляді замкнутого та здатного до самовдосконалення управлінського циклу, інноваційний алгоритм якого включає інструменти узгодження значимості та терміновості проекту, що може бути корисним для планування програм післявоєнного відновлення. Деталізація економічних

та соціальних очікувань стейкхолдерів дозволяє планувати диференційовану взаємодію з ними, раціоналізувавши в такий спосіб планування витрат. Опосередкованими передбачуваними наслідками запровадження цього механізму є зростання рівня продажів та зменшення соціальних ризиків.

Водночас успішність підприємницьких ініціатив у роздрібній торгівлі вимагає розвитку специфічних управлінських якостей та навичок створення інноваційних орієнтирів (рис. 4).

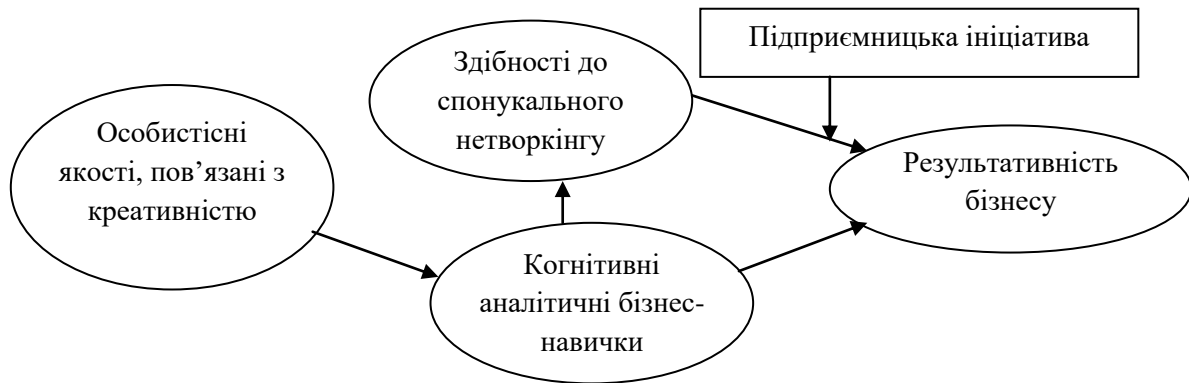


Рис. 4. Взаємозв'язок управлінських якостей та навичок для забезпечення інноваційного розвитку роздрібно-торговельного підприємства

Джерело: адаптовано за матеріалами [23]

У сучасних наукових дослідженнях креативний менеджмент прийнято розглядати з позицій системного, функціонального, ситуаційного або поведінкового підходів. І. Свидрук та Ю. Турянський визначають його в якості багатокомпонентного управлінського впливу, пов'язаного з процесами генерування та впровадження нових ідей, базованих на безперервно оновлюваних знаннях [15]. Розвиток креативності формує своєрідну “спіраль знань” – концепцію стрімкого поширення інтелектуальних здобутків та професійних навичок [20]. Креативність управлінського персоналу роздрібних підприємств торгівлі забезпечує ефективне застосування когнітивних аналітичних ділових навичок, які, своєю чергою, безпосередньо впливають на зростання продуктивності.

Водночас розвиток управлінських здібностей до нетворкінгу дозволяє також включити інструменти соціальної взаємодії та інтелектуального розвитку людських ресурсів. Використання технологій нетворкінгу в роздрібній торгівлі є доволі новим трендом, мало описаним у науковій літературі. А. Arslan та інші дослідили вибір багатоканального магазину та ухвалення рішення про діяльність з доставки товарів в умовах обмеженого часу відповіді, використовуючи модель інтеграції багатоперіодного виконання замовлень в умовах невизначеності попиту та обмежених потужностей [18]. Отриманий науковцями досвід щодо стратегій розгортання (платформи доставки з магазинів і платформи доставки зі складу) може бути корисним під час планування інноваційних шляхів повоєнного відновлення роздрібно-торгівлі, забезпечуючи підвищення прибутковості та зменшення втрачених продажів завдяки можливості швидкого реагування на коливання попиту.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі. Концепція післявоєнної відбудови роздрібно-торгівлі потребує врахування виявлених під час війни особливостей функціонування підприємств галузі, а удосконалення торговельних практик доцільно здійснювати з використанням інноваційних підходів. Інновації дозволять торговельним підприємствам покращити

конкурентні позиції та результативність діяльності, оптимізувати взаємодію з покупцями та стейкхолдерами, збільшити капіталізацію. Найбільш перспективними напрямками інноваційного відновлення роздрібно-торгівлі вважаємо наскрізну цифровізацію торговельних технологічних процесів і впровадження хмарних бізнес-операцій, удосконалення транспортно-складської логістики та ланцюгів постачання, впровадження моделі омніканальності, посилення іміджевої складової власних торговельних марок та управління поведінкою споживачів.

Включення інноваційних проектів у плани відновлення роздрібно-торгівлі матиме позитивні ефекти щодо осучаснення технологій продажу, оновлення способів комунікацій із покупцями при контактних і безконтактних операціях, просування нових товарів, що в сукупності сприятиме кращому задоволенню потреб споживачів і сприятиме стабілізації торговельного бізнесу в умовах війни та післявоєнної відбудови. Відновлення потужності роздрібно-торгівлі на описаних вище засадах потребує розробки механізмів ефективної інноваційно-інвестиційної підтримки, що відкриває перспективи подальших досліджень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Богородицька Г. Є., Гриценко А. В., Філоненко А. В. Тенденції розвитку ритейлу: вітчизняний та зарубіжний досвід. *Держава та регіони*. 2021. № 1 (118). С. 12-16.
2. Бурліцька О. П. Класифікаційні ознаки інструментів трейд-маркетингу. *Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах* : матеріали Х Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 31 березня 2023 р.). Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2023. С. 109-111.
3. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Єрмакова Я. 430 днів спротиву. *Інфографіка Асоціації ритейлерів України*.

(опубліковано 03.05.2023). URL: <https://rau.ua/novyni/magaziniv-vtratili-merezhi-14/>.

5. Зозульов О. В. Формування концепції ведення бізнесу на маркетингових засадах: сьогодення та майбутнє. *Маркетинг в Україні*. 2017. № 5-6. С. 64-72.

6. Іваненко Л. Інноваційні формати для розвитку ритейлу. *Наука, освіта, суспільство: реалії, виклики, перспективи* : матеріали конф. (м. Вінниця, 26 квітня 2019 р.). Вінниця : ТОВ "ТВОРИ", 2019. Т. 1. С. 106-108.

7. Кащена Н. Б. Формування інноваційної стратегії управління економічною активністю підприємства торгівлі. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11 (2). С. 37-43.

8. Лісіца В. В., Місюкевич В. І., Михайленко О. М. Формування системи внутрішньої торгівлі України: теорія, практика, інновації : колективна монографія. Полтава : ПУЕТ, 2020. 232 с.

9. Ляшук К. П. Моделі корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. Вип. 6. С. 110-114.

10. Миколайчук І. П., Силкіна Ю. О. Сучасні тренди розвитку мережевого ритейлу в Україні. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2019. Вип. 57. С. 39-46.

11. НБУ. Бізнес погіршив оцінки ділової активності через втрати від повномасштабної війни. (опубліковано 01.12.2022). URL: <https://bank.gov.ua/ua/news>.

12. Павлова В. А. Шляхи розвитку вітчизняного ритейлу в повоєнний період. *Академічний огляд*. 2022. № 1 (56). С. 42-52.

13. Проскокова А. Ю. Підходи до класифікації інновацій в сфері ритейлу. *Стратегія економічного розвитку України*. 2019. № 45. С. 77-92.

14. Пшинка Г. В., Гетьман Л. Г. Використання маркетингових технологій в сучасному ритейлі. *Наукові інновації та передові технології*. 2021. № 2 (2). С. 144-151.

15. Свидрук І. І., Турянський Ю. І. Соціально-економічне підґрунтя креативного менеджменту організації. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2019. № 58. С. 76-81.

16. Симоненко К. Від комп'ютерів до товарів для дому: як змінився попит українців на товари в інтернеті за 13 років. (Опубліковано 12.06.2023). URL: <https://rau.ua/novyni/popit-tovari-v-interneti-rozetka>.

17. Шевченко В. М., Мішустіна Т. С., Бондаренко А. А. Дослідження споживчих переваг і лояльності споживачів для досягнення маркетингових цілей компанії. *Академічний огляд*. 2019. № 2. С. 69-80.

18. Arslan A. N., Klibi W., Montreuil B. Distribution network deployment for omnichannel retailing. *European Journal of Operational Research*. 2021. Vol. 294 (3). P. 1042-1058.

19. Bollweg L., Lackes R., Siepermann M., Weber P. Drivers and barriers of the digitalization of local owner operated retail outlets. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. 2019. Vol. 32 (2). P. 1-29.

20. Crevier L. Ph., Parrott L. Synergy between adaptive management and participatory modelling: The two processes as interconnected spirals. *Ecological Informatics*. 2019. Vol. 53. Art. 100982.

21. Emergen Research. Top 10 Retail Tech Trends to Watch for in 2023. (Опубліковано 13.04.2023). URL: <https://www.emergenresearch.com/blog/top-10-retail-tech-trends-to-watch-for-in-2023>.

22. Grimmer L., Grimmer M., Mortimer G. The more things change the more they stay the same: A replicated study of small retail firm resources. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2018. Vol. 44 (1). P. 54-63.

23. Hensel R., Visser R., Overdiek A., Sjoer E. A small independent retailer's performance: Influenced by innovative strategic decision-making skills? *Journal of Innovation Knowledge*. 2021. Vol. 6, Iss. 4. P. 280-289.

24. Hunt S. D. The ethics of branding, customer-brand relationships, brand-equity strategy, and branding as a societal institution. *Journal of Business Research*. 2019. Vol. 95 (1). P. 408-416.

25. Jones C., Livingstone N. The 'online high street' or the high street online? The implications for the urban retail hierarchy. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. 2018. Vol. 28 (1). P. 47-63..

26. Ridwan M. Purchasing Decision Analysis in Modern Retail. *Jurnal Mahasiswa Ekonomi Bisnis*. 2022. Vol. 2 (1). P. 1-9.

27. Zhu G., Gao X. Precision retail marketing strategy based on digital marketing model. *Science Journal of Business and Management*. 2019. Vol. 7 (1). P. 33-37.

REFERENCES

1. Bohorodytska, H. Ie. Hrytsenko, A. V. and Filonenko, A. V. (2021), Tendentsii rozvytku ryteilu: vitchyznianiya ta zarubizhnyi dosvid, *Derzhava ta rehiony*, no. 1 (118), pp.12-16.

2. Burlitska, O. P. (2023), Klasyfikatsiini oznaky instrumentiv treid-marketynhu, *Formuvannia mekhanizmu zmitsnennia konkurentnykh pozytsii natsionalnykh ekonomichnykh system u hlobalnomu, rehionalnomu ta lokalnomu vymirakh* : materialy X Mizhnar. nauk.-prakt. konferentsii (m. Ternopil, 31 bereznia 2023 r.), FOP Palianytsia V.A., Ternopil, pp.109-111.

3. State Statistics Service of Ukraine, available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>.

4. Yermakova Ya. (2023), 430 dniv sprotyvu. Infografika Asotsiatsii ryteileriv Ukrainy, available at: <https://rau.ua/novyni/magaziniv-vtratili-merezhi-14/>.

5. Zozulov, O. V. (2017), Formuvannia kontseptsii vedennia biznesu na marketynhovykh zasadakh: sohodennia ta maibutnie, *Marketynh v Ukraini*, no. 5-6, pp.64-72.

6. Ivanenko L. (2019), Innovatsiini formaty dlia rozvytku ryteilu. *Nauka, osvita, suspilstvo: realii, vyklyky, perspektyvy* : materialy konferentsii (m. Vinnytsia, 26 kvitnia 2019 r.), TOV "TVORY", Vinnytsia, pp.106-108.

7. Kashchena, N. B. (2020), Formuvannia innovatsiinoi stratehii upravlinnia ekonomichnoiu aktyvnistiu pidpriemstva torhivli, *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, no. 11(2), pp. 37-43.
8. Lisitsa, V. V. Misiukevych, V. I. and Mykhailenko, O. M. (2020), Formuvannia systemy vnutrishnoi torhivli Ukrainy: teoriia, praktyka, innovatsii : kolektyvna monohrafiia, PUET, Poltava.
9. Liashuk, K. P. (2019), Modeli korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti, *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, vol. 6, pp. 110-114.
10. Mykolaichuk, I. P. and Sylkina, Yu. O. (2019), Suchasni trendy rozvytku merezhevoho ryteilu v Ukraini, *Visnyk LTEU. Ekonomichni nauky*, no. 57, pp. 39-46.
11. NBU (2022), Biznes pohirshyv otsinky dilovoi aktyvnosti cherez vtraty vid povnomasshtabnoi viiny, available at: <https://bank.gov.ua/ua/news>.
12. Pavlova, V. A. (2022), Shliakhy rozvytku vitchyznianoho ryteilu v povoiennyi period, *Akademichnyi ohliad*, no. 1 (56), pp. 42-52.
13. Proskokova, A. Iu. (2019), Pidkhody do klasyfikatsii innovatsii v sferi riteilu, *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, no. 45, pp. 77-92.
14. Pshynka, H. V. and Hetman, L. H. (2021), Vykorystannia marketynhovykh tekhnolohii v suchasnomu riteili, *Naukovi innovatsii ta peredovi tekhnolohii*, no. 2 (2), pp. 144-151.
15. Svydruk, I. I. and Turianskyi, Yu. I. (2019), Sotsialno-ekonomichne pidgruntia kreatyvnoho menedzhmentu orhanizatsii, *Visnyk LTEU. Ekonomichni nauky*, no. 58, pp.76-81.
16. Symonenko K. (2023), Vid kompiuteriv do tovariv dlia domu: yak zminyvsia popyt ukraintsiv na tovary v interneti za 13 rokiv, available at: <https://rau.ua/novyni/popit-tovari-v-interneti-rozetka/>.
17. Shevchenko, V. M. Mishustina, T. S. and Bondarenko, A. A. (2019), Doslidzhennia spozhyvchykh perevah i loialnosti spozhyvachiv dlia dosiahnennia marketynhovykh tsilei kompanii, *Akademichnyi ohliad*, no. 2, pp. 69-80.
18. Arslan A. N., Klibi W., Montreuil B. (2021), Distribution network deployment for omnichannel retailing, *European Journal of Operational Research*, vol. 294 (3), pp. 1042-1058.
19. Bollweg L., Lackes R., Siepermann M., Weber P. (2019), Drivers and barriers of the digitalization of local owner operated retail outlets, *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, vol. 32 (2), pp. 1-29.
20. Crevier L. Ph., Parrott L. (2019), Synergy between adaptive management and participatory modelling: The two processes as interconnected spirals, *Ecological Informatics*, vol. 53, art. 100982.
21. Emergen Research (2023), Top 10 Retail Tech Trends to Watch for in 2023, available at: <https://www.emergenresearch.com/blog/top-10-retail-tech-trends-to-watch-for-in-2023>.
22. Grimmer L., Grimmer M., Mortimer G. (2018), The more things change the more they stay the same: A replicated study of small retail firm resources, *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 44 (1), pp. 54-63.
23. Hensel R., Visser R., Overdiek A., Sjoer E. (2021), A small independent retailer's performance: Influenced by innovative strategic decision-making skills? *Journal of Innovation Knowledge*, vol. 6, iss. 4, pp. 280-289.
24. Hunt, S. D. (2019), The ethics of branding, customer-brand relationships, brand-equity strategy, and branding as a societal institution, *Journal of Business Research*, vol. 95 (1), pp. 408-416.
25. Jones C., Livingstone N. (2018), The 'online high street' or the high street online? The implications for the urban retail hierarchy, *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol. 28 (1), pp. 47-63.
26. Ridwan M. (2022), Purchasing Decision Analysis in Modern Retail, *Jurnal Mahasiswa Ekonomi Bisnis*, vol. 2 (1), pp. 1-9.
27. Zhu G., Gao X. (2019), Precision retail marketing strategy based on digital marketing model, *Science Journal of Business and Management*, 7(1), 33-37.

Стаття надійшла до редакції 08 липня 2023 року

**ВІСНИК
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**

Збірник наукових праць

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 73

Літературний редактор – Муравицька Н. О.
Коректор – Мох О. П.

Комп'ютерний макет видавництва
ЛЬВІВСЬКОГО ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Електронна версія : <http://www.lute.lviv.ua/education/nauk-vydan/visnyk-ekon/>

Підписано до друку 01.09.2023 р.
Формат 60x84/8. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
16 др. арк. 15 ум. др. арк. 12,6 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 481.

Віддруковано в друк. видавництва Львівського торговельно-економічного університету
79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10. Тел. 244-40-19. e-mail drook@ukr.net
Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 5149 від 15.07.2016 р.